revista del
consumidor
No. 65
JULIO DE 1982
informa, capacita y orienta
TREINTA Y CINCO PESOS
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Autoproducción para el consumo: cómo hacerlo en casa

¿Cuánto cuesta dejar de fumar?

Los artículos más violados de la Ley: conózcalos y sepa defenderse

REALIDAD TELEVISIVA VS. REALIDAD NACIONAL

Los niños mexicanos identifican con más facilidad a personajes de las caricaturas televisivas que a los artífices de nuestra historia*

La inmensa mayoría de los niños (el 96 por ciento) reconoce sin dudar a los personajes de los dibujos animados de la "tele", pero muy pocos (el 19 por ciento) identifican a los protagonistas de la conquista y menos de la mitad (el 41 por ciento) a los héroes de la Independencia.

Que a los niños (y también a algunos grandes) les fascinen las andanzas de la Pantera Rosa o las travesuras de Don Gato no resulta para nada asombroso ni, menos aún, cuestionable. Lo que sí preocupa es cuán poco atrapados son por la imaginación y el pensamiento infantiles, personajes de la talla de Moctezuma, Cuauhtémoc, y Nezahualcoyotl, y próceres como Madero, Juárez y Zapata. Las consecuencias no pueden ser subestimadas, porque el conocimiento y el amor al país se adquieren y se forjan en la infancia, cuando jugar es vivir e incorporar el mundo.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

*Según la investigación **"Realidad Televisiva vs. Realidad Nacional"**, del Departamento de Planeación del INCO, efectuada en 1981.

La autoproducción es posible

Ahora es el momento para lanzarse a la aventura de la autoproducción. Hoy, cuando algunos productos escasean y se encarecen, no hay que dudarlo: la alternativa puede ser elaborarlos en casa.

No importa que se trate de sembrar una pequeña hortaliza, de elaborar mantequilla casera o de criar conejos; lo importante es participar uno mismo en la transformación de la naturaleza en beneficio propio y de los demás.

Los tiempos que corren exigen imaginación, ingenio y cierta dosis de esfuerzo. Quien cultive estos atributos hará rendir mejor su dinero y podrá vivir mejor.

Parece necesario desligarse un poco de la sociedad de consumo, no para volver a aquellos tiempos en los que la familia horneaba su propio pan, cultivaba sus verduras y confeccionaba sus vestidos, sino para intentar nuevas y posibles formas de ahorro.

Por supuesto, no se trata de matar un puerco todos los días ni de ordeñar a las vacas para preparar un licuado. Seguramente, tampoco se ahorrarán fortunas a diario; pero, ciertamente, la autoproducción constituye un estimulante desafío, que permite descubrir los secretos de la tierra y brinda la satisfacción de hacer algo por nosotros mismos y nuestras familias.

En efecto, el sueño de la autoproducción es posible. Y benéfico no sólo para los consumidores individuales sino para la comunidad en general. ¿Se ha puesto a pensar qué sucedería si cada familia mexicana tuviera un pequeño huerto u hortaliza en su casa?

El doctor Héctor Sandler, catedrático de la UNAM, responde: **"La ciudad de México es una gran urbe donde no abundan los espacios**

verdes. Si un millón de capitalinos sembraran un metro cuadrado de vegetales, tendríamos un pulmón de un millón de metros cuadrados; muy necesario para el ambiente".

El doctor Sandler ha descubierto los secretos de la autoproducción y desde hace tiempo siembra calabaza, lechuga y jitomate en un espacio de 4.5 metros en la azotea de su casa.

"Cuando iba caminando por la calle —relata sus inicios— me encontré abandonado un anuncio de lámina que alguna vez perteneciera a un comercio de ropa para damas; se me ocurrió usarlo para germinar mis semillas. Después me encontré, enfrente de mi casa, un lavadero de cabeza, de esos que utilizan los peluqueros, y me sirvió para sembrar la semilla. Son desperdicios a los que se les puede dar una utilidad".

"Mucha gente —prosigue— va al campo a buscar tranquilidad; pero esa paz la puede encontrar en la ciudad, en sus propias casas si siembra y cultiva aunque sea en la azotea. Estar en contacto con la tierra es un acto sublime que reconforta al espíritu; es reflexionar sobre la vida sin el dramatismo del parto".

En la azotea de su casa, Héctor Sandler cultiva calabaza, lechuga y jitomate.

Emocionado, Sandler agrega que "el ver crecer a la planta es participar de la vida".

"Cuando yo comencé a sembrar en el jardín de mi casa, los vecinos pensaron que estaba un poco loco. Pero cuando coseché jitomates en la misma época en que el precio de este producto estaba por las nubes, les dieron ganas de enloquecer a ellos", comenta por su parte el maestro Miguel Reyes Osorio al referirse a los beneficios de la autoproducción. Y no se crea que este señor dispone de grandes extensiones de tierra; él vive en la Unidad Habitacional Villa Coapa y cuenta con un pequeño jardín de cuatro por cuatro metros.

"En 1981 —afirma Reyes Osorio— obtuve 100 kilos de jitomate. Como el precio en el mercado llegó a estar a 50 y 60 pesos el kilo, yo vendí la mitad de la cosecha a 20 pesos el kilo; el resto lo consumimos en la casa. De esa manera me ahorré la compra de 50 kilos de jitomate y hasta salí ganando al vendérselos a los vecinos quienes, además, me lo agradecieron porque se los di más barato y bien pesado". El maestro Reyes agrega que sólo tuvo que invertir 300 pesos en abono, semilla y fertilizantes.

Zanahorias en las azoteas

Por su parte, el ingeniero Alejandro Chapa, quien trabaja en el proyecto de una "Casa Ecológica" (autosuficiente en energía y alimentos) en el Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo (Ceestem), señala: "en el área urbana las posibilidades de autoproducción son muchas, de acuerdo con cada situación familiar, tanto en espacio, como en tiempo y necesidades".

"Por ejemplo —explica— para la siembra de hortalizas no se requiere de un gran terreno como mucha gente cree. Se pueden aprovechar los techos de la casa que reciban los rayos del sol; para ello se colocan cajas con tierra o macetas de diversos tamaños. Si hay mucha lluvia se colocan plásticos para proteger las plantas; y si el sol es muy fuerte —sobre todo en verano o a medio día— se adaptan unas sombrillas".

"Otra posibilidad son las ventanas y balcones soleados. Ahora que si se cuenta con un jardincito se puede sembrar de acuerdo con la época del año y según las necesidades de

la familia, con un esfuerzo mínimo; los gastos son muy bajos. Y las ganancias, tomando en cuenta lo caro de los productos actualmente, son muy favorables para la economía familiar".

El ingeniero Chapa aporta otro ejemplo de autoproducción: **"En pocos metros cuadrados se pueden tener conejos y pollos que se alimenten con los desperdicios de las hortalizas o de la comida familiar. La carne de conejo es muy cara y con un mínimo de esfuerzo cada familia podría consumirla por lo menos una o dos veces al mes. No hay que olvidar que los conejos se reproducen 'como conejos'".**

Al respecto, la señora Catalina Arteaga, de la colonia Lomas Quebrada, comenta que **"mi esposo es amante de tener animales en la casa. A mí en un principio no me atraía la idea, pero al ver los beneficios que se obtienen, con relativamente poco esfuerzo, cambié de idea".**

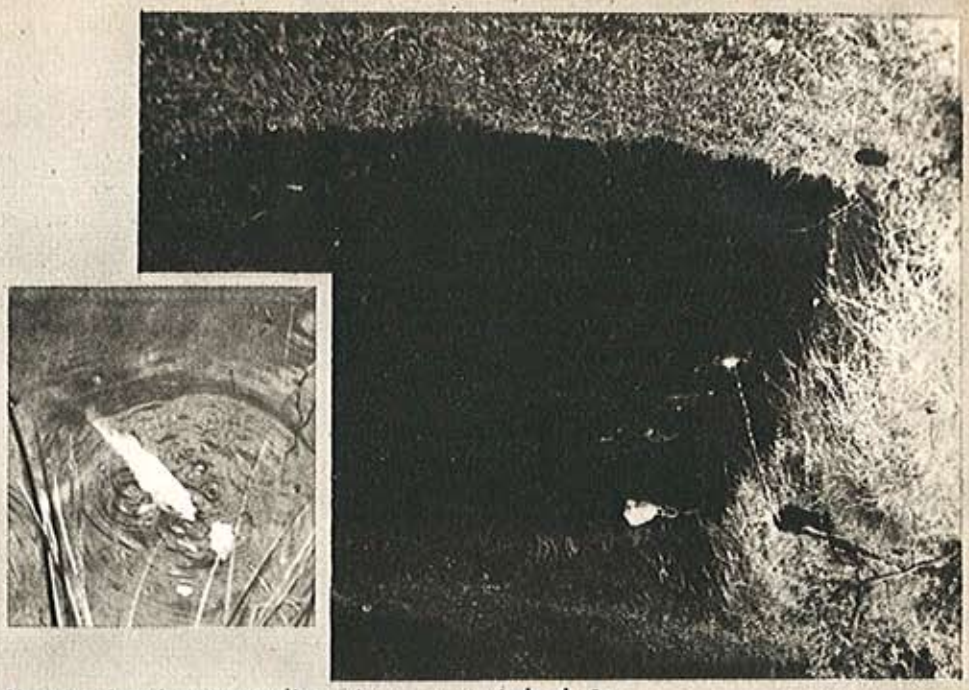
La señora Arteaga indica que actualmente un conejito debe costar unos 50 pesos. **"Se pueden comprar un macho y dos hembras; a los cuatro meses ya podrán aparearse y de cada coneja nacerán entre 7 y 11 crías. Yo gasto unos 20 pesos mensuales en alimentar a cada conejo; a los cuatro meses pesa cuatro kilos y como la carne de conejo cuesta 200 pesos el kilo, me ahorro más de 500 pesos por cada animal. Además, las pieles sirven para hacer bolsas".**

"También se pueden criar patos o palomas —agrega la señora Arteaga—. **Nosotros tenemos una pata que hace poco tuvo 11 patitos".**

En el agua clara...

Otra posibilidad para consumir regularmente proteína animal sin gastar mucho la constituye el cultivo de peces.

El señor Julio Baca, jefe de la unidad operativa en Jilotepec, informa que en algunas poblaciones del estado de México se está experimentando el cultivo doméstico de trucha y carpa de Israel. **"Se construyen pequeños estanques de acuerdo con las necesidades de la familia y se les dota de pequeños peces de tres centímetros de largo; al cabo de un tiempo, la familia dispone de peces de 25 o 30 centímetros".** Los estanques se pueden construir con plástico o cemento y los peces



Un pequeño estanque permite contar con peces todo el año.

se alimentan con desperdicios de comida. La señora Francisca Miranda, del barrio de La Capilla, menciona que en la pasada Cuaresma comieron pescado sin tener que comprarlo en el mercado.

Quien gusta de la miel puede encontrar gran satisfacción en criar abejas. No se requiere de mucho espacio, solamente un lugar donde poner los cajones, y en poco tiempo se puede disponer de grandes cantidades de miel, incluso para venderla.

Juan Franco, quien junto con su esposa Karen ha sabido sacar provecho de la autoproducción, cuenta con dos enjambres de abejas que surten de miel a la familia durante todo el año. **"La miel se ha puesto muy cara últimamente** —comenta— **tal vez porque se puso de moda. Y sin embargo es muy fácil tenerla en la casa pues prácticamente las abejas hacen todo el trabajo. A nosotros nos gusta más el sabor de la miel que el del azúcar refinada".**

Un departamento con jitomates

Pero es en el terreno de las legumbres donde quizá existan mayores posibilidades para la autoproducción.

LA AUTOPRODUCCION CUESTA MENOS

Elaborar algunos productos en casa puede reportarle atractivos ahorros. Por supuesto, algunos precios varían según la época del año, los lugares de venta o las condiciones en que se elabora el producto. Pero a manera de ejemplo, y considerando los precios al momento de realizar esta investigación, proporcionamos la siguiente tabla comparativa entre el precio de un producto elaborado en casa y de uno adquirido en el mercado.

PRODUCTO	(en pesos)	
	HECHO EN CASA	EN EL MERCADO
1 kilo de espinaca	16.60	60.00
1 kilo de zanahoria	10.00	30.00
1 kilo de jitomate	3.00	30.00
1 Kilo de chiles en vinagre	50.00	95.00
1 Kilo de tortillas	4.00	5.50
1 kilo de carne de conejo	20.00	200.00
1 kilo de manzana seca	20.00	98.00
1 kilo de granola	125.00	180.00
1 kilo de mermelada	20.00	90.00
1 kilo de mantequilla	30.00	180.00

Además de sus abejas, Juan y Karen Franco se las han ingeniado para cultivar hortalizas. **"No siempre sembramos lo mismo, pues se necesita que haya rotación; además, no se trata de producir mucho de pocas verduras, sino poco de muchas verduras para que sirvan en la dieta familiar. En este momento tenemos sembrado brócoli, acelga, espinaca, rábanos, cebolla, haba, ajo, zanahoria, pepino y calabacitas; y tomando en cuenta los gastos, tenemos un ahorro de más o menos mil pesos mensuales en verduras".**

Con respecto al cultivo de chile y jitomate, la maestra Florinda Becerril señala algunos pasos prácticos para lograrlo, incluso en un pequeño departamento como el de ella. **"Primero se consigue un cajón de verduras en el mercado, y tierra en algún jardín; si se prefiere se puede comprar tierra en bolsa en el supermercado. La tierra se humedece bien, sin anegarla, y se mueve bastante para oxigenarla; posteriormente se coloca en el cajón. Se hacen pequeños surcos y se ponen tres o cuatro semillitas cada cinco centímetros. Después de 15 o 30 días empieza a brotar la mata; si crece mucho hay que enterrar un palito (o un gancho) para que se sostenga. Por cada cajón se obtiene como un kilo de chiles cada dos o tres meses".** La maestra aclara que las semillas pueden obtenerse directamente de los chiles o jitomates.

Fin de las colas en tortillerías

Si dispone de un pequeño espacio abierto puede aventurarse a cultivar su propio maíz y evitar así las largas colas en las tortillerías. La señora Olivia Mendoza hace mucho tiempo que no compra tortillas. **"Primero —explica— abono el terreno durante los primeros días de febrero y en marzo comienzo la siembra. Para ello abro unos surcos y coloco tres semillas cada 40 centímetros; cuando la milpa empieza a crecer se le pone más tierra para que se sostenga. Hay que desyerbar constantemente y cuidar que no le falte agua a las milpas. En noviembre y diciembre se cosecha el maíz que nos dura todo el año siguiente; después de cosechado se pone a secar y luego se guarda en costales en lugar bien seco".** La señora Mendoza agrega que se puede aprovechar al máximo el terreno si se siembran habas entre surco y surco.

Del cultivo de la zanahoria habla la señora Margarita Rojas López, vecina de la avenida México-Ajusco: **"Abone y rastrille la tierra un mes antes de sembrar. Prefiera las semillas del tipo nante; puede comprarlas en sobres en el mercado**

Una modalidad de autoproducción que satisface ciertas necesidades alimentarias y que dignifica a quien la realiza: los cultivos hidropónicos, que desde hace algún tiempo practican con éxito los pensionados y jubilados del ISSSTE.

de Xochimilco o en los supermercados. Para sembrar haga montoncitos sobre la tierra cada 30 o 40 centímetros y ponga cinco semillas en cada uno. En cuatro meses puede obtener de 15 a 20 kilos de zanahorias en un terreno de tres por cuatro metros".

"Es importante —prosigue la señora Rojas— **desyerbar constantemente y fumigar cada mes y medio".** En cuanto al ahorro que representa, la señora Rojas López refiere que se necesita una inversión de 200 pesos —en semilla, abono y fumigante— para cosechar 20 kilos que, a un precio promedio de 30 pesos el kilo, representa unos 600 pesos.

Otros consumidores han tenido buenos resultados en la producción de frutas; el aguacate es un buen ejemplo ya que gracias a ciertos injertos se han mejorado los niveles de producción de este alimento.

Antes, un árbol de aguacate tardaba ocho o diez años en dar fruto; actualmente, en Conafrut (Comisión Nacional de Fruticultura) es posible adquirir con 50 pesos "palos" que a los tres o cuatro años estarán dando aguacates.

Para sembrar árboles de aguacate se precisa un suelo con buen drenaje, textura media, profundidad y bajo contenido de sales. El árbol se planta a la misma profundidad que tenía en el vivero y se debe mantener libre de malas hierbas. Requiere riegos ligeros durante todo el año, tres aplicaciones anuales de fertilizantes y un estricto control de plagas y enfermedades.

¿Qué tal una lechuga hidropónica?

Los cultivos hasta ahora expuestos requieren una inversión mínima. Empero, si usted puede hacer un gasto inicial un poco más fuerte, no hay duda de que la hidroponia constituye una magnífica alternativa para la autoproducción.

"Con este tipo de técnica se puede lograr la autosuficiencia en vegetales como jitomates, lechuga, acelga, berros y todo tipo de hortalizas", afirma el doctor Aurelio Reyes Castellanos, director del Centro de Capacitación en Técnica Hidropónica para jubilados y pensionados del ISSSTE.

Las ventajas que proporciona esta técnica, en comparación con los métodos tradicionales de cultivo, son enormes a decir del doctor Reyes. A manera de ejemplo señala que en una hectárea con buena tierra, fertilizantes y lluvia suficiente, se obtienen 21 toneladas de jitomates, 18 de pepinos y 382 mil piezas de lechuga, bajo el cultivo tradicional. En cambio, la hidroponia permite cosechar, en la misma superficie, 312 toneladas de jitomate, 573 de pepino y 2.76 millones de piezas de lechuga, independientemente de las lluvias, la tierra o los fertilizantes.

Gracias a la hidroponia, hace mucho que el señor Pablo Rodríguez no gasta en jitomates ni en muchas otras legumbres.

Para la autoproducción familiar se pueden utilizar las azoteas y los jardines. Al cabo de un año, cada metro cuadrado puede redituar 115 kilos de acelga, 128 de jitomate, 51 de pepino o 192 lechugas, por lo que una familia que destinara un espacio de dos por dos metros a la hidroponia vería resueltas sus necesidades de estas legumbres e, incluso, podría vender los excedentes.

El secreto de esta técnica consiste en que no se necesita tierra, sino grava, agua y nutrientes minerales.

Actualmente, la hidroponia se utiliza con los jubilados y pensionados del ISSSTE, quienes, además de haber alcanzado la autosuficiencia en ciertos alimentos, han experimentado una notable mejoría en sus padecimientos pulmonares como asma, bronquitis o enfisema. Esto debido

ORIENTACION PARA AUTOPRODUCCION

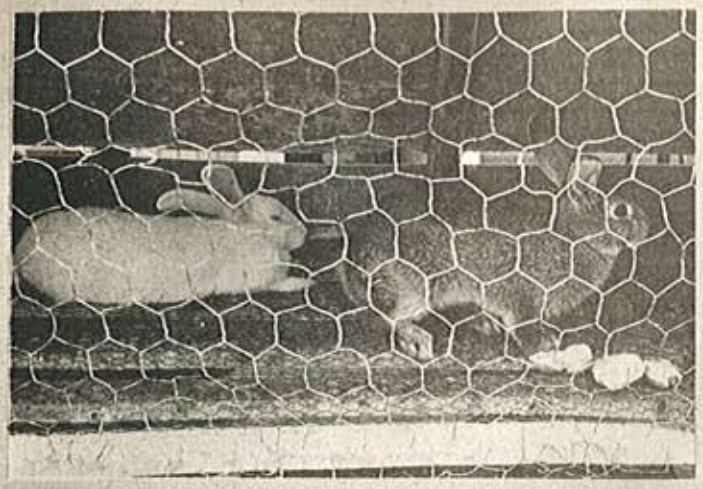
Si usted desea iniciarse en la autoproducción y quiere contar con orientación técnica para lograrlo, quizá le sea de utilidad recurrir a alguno de estos organismos:

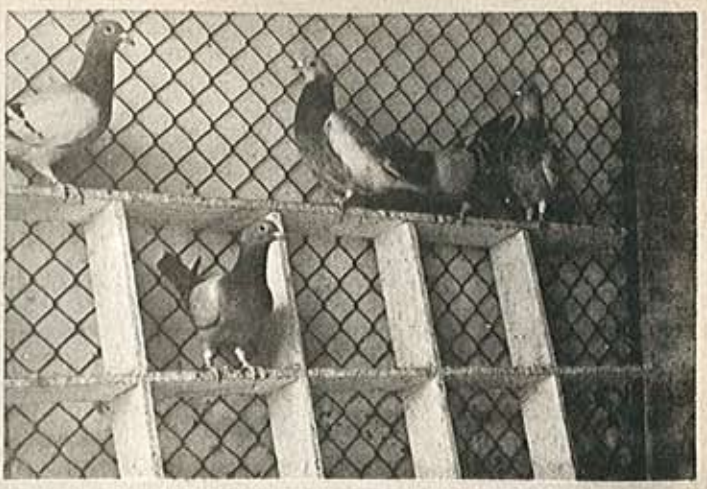
* **Comisión Nacional de Fruticultura.** Lo orientarán en lo que se refiere a cultivo de árboles frutales y le indicarán dónde puede adquirirlos a bajo precio. Teléfono 570-24-99 o en el kilómetro 14 1/2 de la carretera México-Toluca.

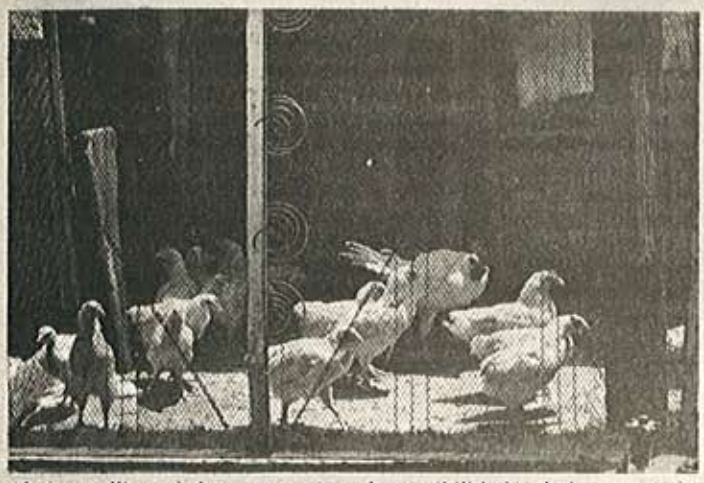
* **Centro de Capacitación en Técnica Hidropónica para jubilados y pensionados del ISSSTE.** Si pertenece a este organismo puede dirigirse a Recolectores 15, colonia Lindavista, o al teléfono 586-45-43. Aquí lo orientarán sobre los cultivos hidropónicos.

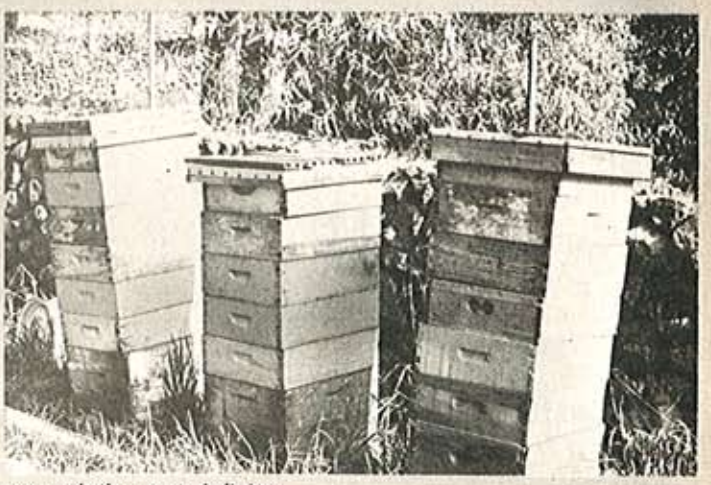
* **Revista Cómo Hacer Mejor.** La edita la Secretaría de Educación Pública y contiene temas que pueden introducirlo en la siembra de hortalizas, cría de especies menores, trabajos con madera, elaboración de conservas, etc. Mayores informes en El Correo del Libro, teléfono 556-88-22.

* **Cursos en el Instituto Mexicano del Seguro Social.** Sobre confección de ropa familiar, bordado, tejido, confección de colchas y cortinas, panadería, cunicultura, apicultura, horticultura y otros referentes a la autoproducción. Infórmese en cualquier Centro de Seguridad Social del IMSS.









Abejas, gallinas, palomas, conejos... las posibilidades de la autoproducción son prácticamente infinitas.

al clima que se respira en los invernaderos.

Uno de los participantes del Centro de Capacitación, José Uribe, de 67 años, dice con entusiasmo que **"tengo en mente poner cultivos hidropónicos en las casas de mis nietos y mis sobrinos"**. Otros expresan sus esperanzas en que **"se puedan volver agricultores los habitantes del Distrito Federal al utilizar las azoteas de sus casas y volverse autosuficientes en la alimentación"**.

Incluso, el señor Pablo Rodríguez, de 62 años, ha pasado de los planes a los hechos y regularmente come con su familia los jitomates, lechugas, frijoles y pepinos que él mismo ha cultivado. **"La inversión inicial fue de 30 mil pesos al construir un invernadero de 12 metros cuadrados"**, expresa. **"Pero puede salir más barato si se construye de plástico y no de herrería y vidrio como el mío; de todos modos es una inversión que vale la pena pues se recupera rápidamente"**.

Con la hidroponia, el señor Rodríguez ha cultivado jitomate, lechuga, acelga, rábano, soya, frijol, maíz, berros, calabaza, perejil, col, nabos, verdolaga y pepino.

Bienvenido lo natural

Pero el mundo de la autoproducción no termina ahí; existen, incluso, quienes han formado comunas naturistas en donde consumen los alimentos que ellos mismos producen.

Jorge Reyes, participante de una comuna que existió hace algunos años en Cuernavaca, platica algunas experiencias que pueden adecuarse a nivel familiar. **"Nosotros** —menciona— **elaboramos mantequilla, crema, frutas en conserva, miel y otros productos naturistas"**.

"La granola —prosigue— **es un buen ejemplo del ahorro que representa preparar estas cosas por uno mismo, pues los gastos se reducen a más de la mitad y se elabora con los ingredientes adecuados, pues la que venden tiene demasiada avena. Para prepararla bien hay que mezclar: 8 tazas de avena, 1 de germen de trigo, 1 de ajonjolí, 1 de nueces, 1 de nuez de la India, media de aceite, 3/4 de miel, 1 de pasas, 1 de pepitas y 1/3 de leche en polvo"**.

Para preparar frutas secas sólo hace falta un secador solar y, por supuesto, el sol y las frutas. Los ahorros en este rubro son importantes ya que se compra la fruta cuando está barata y se utiliza cuando se desee. Por ejemplo, la manzana fresca ha llegado a estar a 20 pesos el kilo mientras que la manzana seca se vende a 98. Con el secador solar también se pueden deshidratar algunas legumbres como la papa o el jitomate cuando están baratas y prepararlas en puré cuando sea necesario; basta agregar agua a la verdura.

El ingeniero Alejandro Chapa explica cómo se construye un secador solar: **"Es un mueble de madera cerrado, que tiene en su interior charolas de malla de plástico. Arriba y abajo tiene entradas de aire para que éste circule; al entrar el aire caliente absorbe la humedad de las frutas o verduras. Para usarlo se cor-**

tan las frutas en rodajas delgadas —de unos 5 milímetros de espesor— y se dejan en las charolas durante dos o tres días".

Con respecto al yoghurt, Jorge Reyes señala que prepararlo en casa cuesta alrededor de 30 pesos el litro, mientras que las tiendas lo venden a más de 80 pesos el litro. (Ver Revista del Consumidor No. 32, pág. 45; y No. 47, pág. 19.)

La crema y nata de la autoproducción

Pero no sólo el yoghurt se puede elaborar a partir de la leche. También la mantequilla, el queso, la crema o el jocoque.

"En casa compramos cuatro litros diarios de leche —relata Miguel Reyes, consumidor experto en lácteos—. **Esa leche hace nata, pero es necesario hervirla todos los días para que salga bastante. La primera nata que se obtiene es muy gruesa y sirve para hacer queso casero; la segunda, más delgada, es buena para la mantequilla y el jocoque; y la tercera, que presenta grumos, se utiliza para el queso tipo cotagge. El suero que queda muy líquido es excelente para rociar las tortillas en lugar de usar agua cuando se está amasando; es muy alimenticio".**

Con respecto a los precios, otra consumidora experta en autoproducción, Alejandrina Guillén, menciona que en el supermercado el kilo de queso casero cuesta 173 pesos, el de mantequilla 180 y el queso cotagge 140; **"si lo hacemos nosotros** —dice— **sólo gastamos en la nata que de todos modos se hace cuando hierve la leche y que mucha gente tira porque no le gusta".**

La lista de productos que pueden elaborarse en casa es interminable; el primer paso es querer hacer algo. Quien está convencido de las ventajas que tiene la autoproducción encontrará muchos campos en que aplicarla. Pero unos y otros consumidores que vivan esta experiencia disfrutarán la satisfacción que proporciona el estar haciendo algo por uno mismo y por quienes lo rodean; y, de paso, se ahorrarán algunos —o muchos— pesos.

[Sergio Jácome. Información: Mayda Alvarez y Gerardo Dueñas]

SUMARIO

MOLE
Pág. 22
Nutritivo platillo mexicano

CENTRALES CAMIONERAS
Pág. 25
Donde consumir es el pasatiempo

ENVASES PARA ALIMENTOS
Pág. 39
Algunos son una lata

Y ADEMAS...

La autoproducción es posible	1
El cartón de portada	8
Editorial	9
La Voz de los trabajadores	10
Tribuna	12
Así consumían los aztecas	18
Cuánto cuesta dejar de fumar	28
El interior del INCO	32
Sepa cómo defenderse	36
Foto-denuncia	42
Consumidor prevenido vale por dos	43

CARTON DE PORTADA

por Alberto Isaac

CONSEJO EDITORIAL

DIRECTOR GENERAL DEL INCO: Enrique Rubio. SUBDIRECTORA DE ORIENTACION Y DIFUSION: Ivonne Buentello. SUBDIRECTOR TECNICO: Lic. David Márquez Ayala. SUBDIRECTOR DE ADMINISTRACION Y FINANZAS: C.P. Javier Haro de Alba. SUBDIRECTOR DE PROMOCION: Lic. Alor Calderón.

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Coordinador: Carlos Ulanovsky. **Jefa del Departamento Editorial:** Norma Sinay. **Jefe de Redacción:** Sergio Jácome García. **Jefa de Información:** Bertha Trejo. **Redactor:** Wenceslao Huerta. **Reporteros:** Marco Antonio Arroyo y Abigail Cervantes. SUPLEMENTO EL BRINCO. **Responsable:** Teófilo Huerta. **Colaboraciones Especiales:** Gabriela Martínez, Margarita Isabel, Profesor Arturo Rangel. **Correctora:** Ma. Inés Silberberg. **Arte y Diseño:** Francisco Estebanez. **Maqueteo:** Jorge Aguilar, Augusto Apón, Ricardo Baeza, Rodolfo Coronel, Audomaro Herrera. **Producción Gráfica:** Ernestina Avilés. **Archivo:** Susana Rodríguez. **Fuentes Informativas: Departamento de Planeación:** Dr. José Medina Pichardo. **Monitoreo de Publicidad:** Manuel Castellanos. **Procuraduría Federal del Consumidor:** Esteban Valentino. **Congreso del Trabajo:** Departamento de Difusión. **Subdirección Técnica (Departamento de Bioquímica:** Ing. Carlos Cárdenas. **Departamento de Ingeniería:** Ing. Luis Juárez Suárez. **Departamento de Bienes y Servicios:** Lic. Luis Mercader. **Departamento de Economía:** Lic. Soledad Salcedo. **Area Jurídica:** Lic. Francisco Fernández Fredes **Asesor Médico:** Dr. Raúl Nieto Valdez. **Centro de Documentación e Información:** Lic. Gustavo Salinas Iñiguez) **Responsable de Impresos:** Rodolfo Galindo. **Distribución y Suscripciones:** Lic. Enrique Carbajal. **Asistentes Departamento Editorial:** Antonia García Gómez, Humberto Hernández, Guadalupe Roldán.

CREDITOS FOTOGRAFICOS

3a. de forros: Juan Miranda
4a. de forros: Marta Merkin

Página: 2; C. López, **3;** G. Dueñas, **4:** J. Miranda, **5, 6 y 12:** C. López, **13:** Abelardo Rodríguez, **18 a 21:** J. Miranda, **27:** J.A. Arroyo, **28:** J. Miranda, **30:** M. Merkin y J. Miranda, **39:** C. López, **40 y 41** A. Arroyo, **42:** M. Merkin, **43** A. Arroyo, **44:** Archivo

ILUSTRADORES:

Augusto Apón, Ricardo Baeza, Carlos Dzib, Francisco Estebanez, Audomaro Herrera, Alberto Isaac.

PRECIOS. En la República Mexicana: Ejemplar suelto $ 35.00 M.N. Suscripción anual $ 350.00 M.N. Suscripción anual en el continente americano $ 27.00 Dls. Suscripción anual en el continente europeo $ 47.50 Dls. Los números atrasados cuestan el doble del precio marcado.

EDITORIAL

Siempre es importante el voto. El de este cuatro de julio acaso lo sea más que nunca. La jornada electoral de esa fecha tiene relevancia formal por varias razones. En primer lugar, porque a diferencia de la de hace tres años, ahora se eligen no sólo diputados, sino también senadores y presidente de la República. Por este cargo contienden, además, y por primera vez en la historia, siete candidatos, de nueve partidos. Al contrario de quienes piensan que un excesivo número de candidaturas pulveriza las posibilidades de la democracia, pensamos que cada uno de los aspirantes presidenciales será capaz de atraer la atención, y el voto, de sectores importantes de la población ciudadana y que, por lo tanto, su multiplicación es beneficiosa para el desarrollo democrático general.

También es especialmente relevante esta elección por razones materiales. El país vive uno de los momentos más graves de su historia. La crisis económica ha provocado desajustes sociales, que se expresan en violencias que distan mucho de formar un clima generalizado, pero que no admiten disminución. Una vaga e imprecisa, pero muy difundida, sensación de desaliento está a punto de ganar la voluntad de la mayor parte de los mexicanos, aunque sea todavía oportuno luchar contra el que así ocurra. Todo ello pone en riesgo, no inmediato pero sí real, las posibilidades de la democracia en nuestro país, de modo que como nunca el voto contará mucho para hacer saber la determinación de la sociedad mexicana de seguir esforzándose por vivir en la democracia. Es preciso afirmar la validez del voto con el voto mismo.

Por lo demás, el sufragio del primer domingo de julio no es más que una prolongación, si bien solemne, de actos de elección que realizamos todos los días. Mirado en este sentido, el voto político exige gobernantes pero se manifiesta también por un modo de vida, el que hacen posible los partidos al ganar una elección. Pero todos los días, de otras maneras, sufragamos cada uno de nosotros para contribuir a configurar el estilo de comunidad en que deseamos vivir.

Cuando como consumidores aceptamos las poderosas insinuaciones publicitarias e incurrimos en el gasto suntuario, y en la compra de satisfactores a necesidades ficticias o que, siendo reales, podrían colmarse con otros bienes, estamos votando por tener un mundo artificioso en torno nuestro, en que sólo unos pocos pueden sobrevivir o vivir con dignidad. En cambio, cuando con ahínco nos dedicamos a reconocer lo que en verdad necesitamos, aportamos nuestra contribución al logro de una economía humana, racional, al servicio de necesidades verdaderas.

Cada día votamos. Así como lo hemos hecho en relación con la jornada del cuatro de julio, ponderemos nuestra decisión cotidiana, como consumidores.

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de información, capacitación y orientación a los consumidores.
La Revista del Consumidor tiene como objetivo ofrecer a sus lectores recomendaciones acerca de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar, y consejos para la preservación de la dignidad humana y el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.
El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista.
Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales.
No se autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Los productos que se utilizan en la elaboración de los Estudios Comparativos son adquiridos por el Instituto Nacional del Consumidor en los centros de venta; en las mismas condiciones en que los adquieren normalmente los consumidores.
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos y estudios incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.
No se devuelven originales.
Dirección: Insurgentes Sur 1871, México 20, D.F. Teléfono 550-47-55.
Suscripciones: diríjase a Revista del Consumidor, Insurgentes Sur 1991, México 20, D.F., o al Apartado Postal 20600.
Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Jurídica, Lic. Francisco Javier Fernández Fredes, Insurgentes Sur 1871, 6o. piso, México 20, D.F. o al A. Postal 20600, México 20 D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Victoria Editorial, S.A., Vía Gustavo Baz 193 B. Tlalnepantla, Edo. de México. Tipografía: Multiservicios Publicitarios, Avenida Universidad No. 1499, México 21, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la SEP, oficio No. 1127 del 30 de abril de 1981. Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derecho del autor. Registrada como Correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, oficio No. 6339, expediente No. 09170-1423, de fecha 19 de noviembre de 1976.

LA VOZ DE LOS TRABAJADORES

CONGRESO DEL TRABAJO
UNIDAD Y JUSTICIA SOCIAL

El crédito obrero: un requerimiento impostergable

Con la generalización de la producción capitalista nació el crédito y, como corresponde a sus orígenes, su ley no podía ser otra que la de la ganancia: para obtener un crédito, hay que ser **solvente**, es decir que quien "alquila el dinero" debe tener la seguridad de que se le reintegrarán la suma y los correspondientes intereses. Obviamente estos criterios empresariales excluyen a los que ganan poco; en nuestro país dejan afuera ni más ni menos que a los 20 millones de trabajadores que generan la riqueza.

Dado que en las condiciones actuales es difícil adquirir determinados bienes (como los de consumo duradero) sin tener acceso al crédito, resulta explicable que la gran mayoría de la población obrera no posea estos bienes. Se estima que algo más del 15 por ciento de los asalariados mexicanos y aproximadamente un 6 por ciento de ellos cumple las condiciones que exigen, respectivamente, el comercio y los bancos para otorgar créditos. No puede extrañar en consecuencia que artículos hoy considerados indispensables como los de la denominada "línea blanca" (refrigeradores, lavadoras, planchas, estufas, etc.) y otros de diverso tipo (consolas, televisores, muebles, etc.) brillen por su ausencia en miles de hogares mexicanos.

Algo para comenzar

¿Cuál es el crédito de que disponen los trabajadores? No son para ellos, por supuesto, las tarjetas que garantizan "todo con el poder de su firma" y menos aun los préstamos onerosos de las entidades bancarias. Hasta hace no mucho tiempo, las únicas posibilidades existentes eran poco menos que para casos de extrema necesidad: recurrir a los "montes de piedad" aceptando que cualquier artículo fuera tasado en la cuarta parte de su valor y que el préstamo correspondiese a un tercio de éste, caer en manos de los usureros que cobran intereses siderales o, en situaciones muy especiales, lograr que un pequeño comerciante conocido, para no perder al amigo o al cliente, le venda a plazos algún artefacto electrodoméstico.

A partir de 1974 el panorama comenzó a cambiar. Con la creación en ese año del Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT) y el posterior surgimiento del Banco Obrero (en 1977) se perfiló una perspectiva de crédito para los trabajadores que, aunque aún es de alcance reducido, constituye la base para un

afianzamiento posterior. Ya en 1972 se había constituido el Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT) con el fin de construir viviendas de interés social para la población asalariada. Sin que haya alcanzado a resolver la cuestión habitacional y pese a lo controvertido de su gestión, continúa siendo el único medio para que los trabajadores puedan obtener una vivienda. Otra posibilidad en estudio es la creación de una tarjeta de crédito obrera; el proyecto, según se anunció recientemente, está siendo elaborado por el Congreso del Trabajo y contaría con los fondos aportados por el Banco Obrero.

El aporte del Fonacot

El objetivo del Fonacot es proporcionar créditos a los trabajadores a precios de contado, sin enganche, sin fiador y con una tasa de interés mucho más reducida que la de la banca y el comercio. Así es que el sistema permite, en muchos casos, adquirir hasta dos artículos por el precio de uno. Los asalariados sólo tienen que llenar una solicitud de afiliación en su centro de trabajo o sindicato; la empresa certifica los datos y el trabajador puede acudir a cualquiera de los centros proveedores a adquirir mercancías cuyo monto no exceda el del crédito otorgado.

Pese a que el Fonacot aún no ha logrado ampliar adecuadamente su cobertura ya que opera principalmente en las grandes ciudades, la acción que ha desarrollado hasta el momento es considerable. Entre enero de 1977 y agosto de 1980, y tan sólo en el D.F., el organismo concedió 12,716 créditos a seis meses de plazo, 73,447 a doce meses y 346,183 a 18 meses. En este lapso comercializaron 502,575 artículos de línea blanca, renglón que representó el 22.50 por ciento de sus operaciones y que sólo fue superado por los muebles (33.40 por ciento) y la línea electrónica (26.97 por ciento); entre los primeros, los artículos más vendidos fueron refrigeradores, lavadoras y estufas.

Por otra parte, no puede subestimarse la incidencia del Fonacot en el conjunto de la producción nacional. La industria ha incrementado su demanda (se estima que el 18.6 por ciento de la producción de consolas y modulares se comercializa a través del sistema), el comercio recibe de Fonacot pagos al contado ganando en agilidad de reinversión y en eliminación de riesgos, y, en general, el mercado interno de bienes de consumo duradero se ha ampliado.

Las disposiciones necesarias

No obstante los avances registrados, la democratización del crédito dista mucho de haberse logrado. Se requiere imprescindiblemente el afianzamiento de las líneas en curso y la creación de nuevas alternativas y posibilidades. Entre las medidas que aconsejan los organismos obreros, las más importantes son:

-1- Fortalecer a los organismos ya existentes ampliando sus recursos y extendiendo su cobertura, cuidando de cubrir todo el territorio nacional.

-2- Reglamentar el sistema bancario impulsando la apertura de líneas de créditos para los trabajadores a bajas tasas de interés.

-3- Incorporar los mecanismos de crédito obrero a la actividad de los sindicatos mediante la apertura de tiendas especiales.

-4- Impulsar un sistema de cooperativas de consumo, con amplia participación de los trabajadores, donde éstos tengan líneas de crédito preferenciales.

Si estas medidas, u otras dirigidas en el mismo sentido, se convierten en realidad, el crédito pasará a ser un instrumento con el que los trabajadores enfrenten la carestía de la vida y logren los mínimos indispensables de bienestar.

ALGO PARA MEDITAR

Arturo Rangel López

Estimado compañero:

Muchas veces me he preguntado si nosotros, los padres de familia, hemos pensado en la importancia que tiene el periodo de vacaciones de nuestros hijos, tanto los de primaria como los que están en secùndaria. Dos largos meses de descanso, de asueto; más bien de vagancia, de vagancia, afirmo, porque somos testigos del aumento increible de "futbolistas", "patinadores", "ciclistas", y "rompevidrios", infantiles y juveniles, que se adueñan de la vía pública para convertirla en campos de juego y pistas de carreras, con las consecuencias que muchos tienen que sufrir por la vía de "accidentes callejeros".

¿Verdad que es importante que hagamos un análisis de esta situación? Trataré de explicarte lo que pienso al respecto. En primer lugar, el aumento en el gasto familiar, porque los muchachos se convierten en grandes consumidores de dulces, antojitos, pastelitos, refresquitos y hasta cigarritos, resultado lógico de la falta de una actividad productiva; en segundo lugar, se exponen a ser atropellados en la vía pública. Está demostrado ya que las estadísticas de accidentes aumentan en ese período (julio y agosto de cada año), sin desconocer que, por exceso de paternalismo, se convierten en un problema que perjudica la economía familiar.

Aquí, tan necesitados de mejorar la economía del hogar, pasando todos por una época difícil, no nos preocupa que nuestros hijos desperdicien esas vacaciones en las calles, sin ningún provecho para ellos y con mucho perjuicio para el bolsillo de nosotros, los padres de familia.

Verdaderamente, compañero, somos caso perdido, pero yo tomé mis decisiones y ya conseguí ocupaciones para mis tres muchachos, para que pasen sus vacaciones produciendo.

Lo platiqué con ellos: el dinero que ganen lo van a guardar para comprar ropa y útiles escolares para septiembre que regresan a la escuela; en cambio, yo sigo dándoles, como de costumbre, su domingo. Te digo que están contentos y entusiasmados.

¿Verdad que si es importante pensar en lo que debemos hacer por nuestros hijos en ese tiempo tan largo de "vagaciones"?

Ojalá que muchos padres de familia inculquen a sus hijos, desde temprana edad, el hábito del trabajo y de la producción; que se den cuenta del valor del dinero y la forma adecuada de distribuirlo.

Te saludo afectuosamente y hasta la próxima.

TRIBUNA

Diario de un consumidor atormentado

Este diario relata los detalles de un aciago caso, que 10 meses después de iniciado ha costado al consumidor afectado, Adolfo M. García Videla, cerca de 100 mil pesos, además del irreparable tiempo perdido y las numerosas molestias —desde las ocasionadas por la falta de un vehículo hasta líos policiacos— que aún no tocan su fin. Y aunque evidentemente no es —por lo menos todavía— un logro para las justas demandas del consumidor, sí puede constituir una voz de alerta contra dos empresas poco serias —una de ellas de considerable importancia— y, sobre todo, una oportunidad para recordar que entre los preceptos básicos del buen consumidor está nunca firmar sin antes asegurarse de las implicaciones que el convenio o contrato lleva implícitas.

Martes

2 de septiembre, 1981. Mañana llegan mis dos hijos luego de dos meses de viaje. Para ir por ellos al aeropuerto necesito la Combi que dejé a reparar en el taller. Por suerte, el mecánico que siempre nos arregla los autos me aseguró que mañana por la mañana me la entrega en perfectas condiciones.

Miércoles

3 de septiembre. La Combi no estaba, lo que me molestó mucho. Mi esposa habló con la esposa del mecánico, don Ernesto García y Mejía, y le costó trabajo entender que la camioneta no estaba en el taller, porque otro cliente se la había llevado. Más tarde el señor García, que nos llevó al aeropuerto en un camioncito, nos explicó que otro cliente, "un joven e iracundo mariachi", se había robado mi Combi al no encontrar listo su coche. El señor García fue a la delegación, y como no se trataba de robo, sino de abuso de confianza, sólo levantaron un citatorio. Espero que mañana me devuelvan mi vehículo, pues por mi trabajo —soy cineasta— debo viajar con equipo voluminoso.

Jueves

4 de septiembre. Por la tarde vino el señor García y Mejía a decirme que el joven que había tomado mi camioneta había muerto en ella al chocar esta madrugada. Ahora el asunto está bajo jurisdicción del Reclusorio Oriente, pero, como se siente responsable de lo ocurrido, el dueño del taller ofreció devolverme mi Combi arreglada. De inmediato llamé a **Seguros La Provincial** para pedir un ajustador, como corresponde. Por teléfono me dijeron que primero debía levantar un acta. Sin embargo, en la delegación me indicaron que el acta debía levantarla el señor del taller, a quien robaron el vehículo.

Viernes

5 de septiembre. El señor García y Mejía no quiso ir a la delegación a pesar de que le expliqué las exigencias de la compañía aseguradora. Volví a llamar a **Seguros La Provincial (Miguel Angel de Quevedo 915)** e invoqué mis cinco años como cliente suyo con dos autos asegurados con cobertura amplia. Insistieron en su posición de no acudir si no había acta.

Martes

10 de septiembre. Por fin, gracias a la ayuda de un abogado amigo, conseguí levantar un acta en la dele-

gación; triunfante llamé al seguro y allí me dijeron que eso no bastaba y que ahora debía levantar otra acta en la DIPT. En ese sitio me señalaron que para llevar a cabo el trámite debería de ir el dueño del taller. El señor García y Mejía sigue negandose.

Miércoles

11 de septiembre. Mi amigo abogado llamó al seguro y los amenazó con dar parte a la Comisión Nacional Bancaria si no me atienden.

Jueves

12 de septiembre. A las 13 horas llega el ajustador, señor Peñafiel, a mi domicilio. Le exijo que me acompañe al taller, ubicado en Plateros y 5 de mayo, Mixcoac. Nos encontramos allí con el señor García, quien dice estar ofendido por el acta que levanté. Finalmente ofrece 20 mil pesos como garantía de que se hará cargo de la reparación de la Combi y la tendrá lista en 20 días. Intento consultar con mi abogado, pero no lo encuentro. El ajustador me llama aparte y me da a entender que me conviene aceptar el convenio que me ofrece el señor del taller; me dice que en las cláusulas del contrato de la póliza se especifica que el cliente debe colaborar con lo que determine hacer la compañía. Accedo y firmo el convenio. El señor García y Mejía no tiene allí el dinero y me cita para el lunes.

Sábado

14 de septiembre. Logro comunicarme con mi abogado quien terminantemente me dice que no acepte el dinero y exija que el seguro se haga cargo del caso. Hablo al seguro y me envían otro ajustador.

Miércoles

18 de septiembre. El nuevo ajustador me ha dicho que lo más probable es que den de baja la camioneta, pues el seguro estima que la destrucción es casi total. Sin embargo llega el señor Peñafiel —el primer ajustador, que me convenció de aceptar el trato con el señor García— y me muestra fotocopia del convenio con lo cual el seguro se lava las manos y se desentiende de mi asunto. Me quedo solo con mi problema.

Al año siguiente

Lunes

15 de febrero de 1982. Por fin logro que mi Combi se libere del juicio penal y la hago remolcar hasta mi domicilio.

Miércoles

10 de marzo. Después de medio año, mi camioneta sigue desecha, con las huellas del accidente donde murió un joven. He buscado otro abogado y sigo tirando mi dinero en la búsqueda de una justicia que parece inalcanzable.

Lunes

7 de junio de 1982. Desesperado por no avizorar una solución favorable, mandé la Combi a reparar; tendré que pagar cerca de 80 mil pesos por la compostura. Mientras tanto mi abogado, el licenciado Mauricio Arroyo Valerio, presentó ya una demanda ante la Procuraduría Federal del Consumidor. Espero que ellos no me abandonen.

A Primera Hora

Buen ejemplo a seguir por otros comerciantes el de la señora María Elena Palomares, de Durango, Dgo. Ella escribe al programa del INCO "A Primera Hora" — de lunes a viernes a las 6:00 a.m. por canal 2— solicitando material de orientación para comprar mejor, pues, dice: "tengo una tiendita y creo que sería muy útil para las clientas que diariamente me visitan".

Agradecemos asimismo las misivas de Ana Edith Azuara, de Papantla, Veracruz; Sergio de León, de Toluca, estado de México; Janet Valdez,de Guadalajara, Jalisco; Manuel Iglesias, de Cd. Juárez, Chihuahua; Carlos Fernández, de Jalapa, Veracruz; Felipe Covea, de Nuevo Laredo, Tamaulipas; José Ibet Serrano, de Tiquicho, Michoacán; Samuel Herrera, de Coapan, Puebla; Ramón Torres, de Magosal, Veracruz; Rosa María Montoya, de Salvatierra, Guanajuato; María Luisa Bertrán y Raquel Esparza,del D.F.

Yaaa

Exagerado abuso el de la casa comercial ***Radio América****, denuncia Víctor Mendoza Alarcón. Hace poco más de un año el consumidor adquirió una motocicleta en dicha empresa (con domicilio en* ***Argentina 44, Centro****) y recientemente extravió la factura de compra. Acudió entonces a solicitar una copia del documento y azorado se encontró con que le pedían 5 000 pesos por ella, acto ilegal a todas luces, puesto que no se está realizando una nueva operación de venta.*

Teléfonos de las delegaciones de la Procuraduría Federal del Consumidor en el interior de la república:

Acapulco 2.58.85 y 3.52.33
Aguascalientes 5.18.71
Cd. Juárez 2.39.70 y 4.40.92
Cuernavaca 4.25.45 y 4.24.21
Chetumal 2.18.19, 2.18.58
Colima 2.79.91, 92 y 93
Culiacán 3.35.55 y 3.07.61
Chihuahua 3.47.70 y 3.45.65
Coatzàcoalcos 2.35.20, 2.62.69 y 2.62.37
Campeche 6.60.02
Durango 1.70.53 y 1.70.81
Guadalajara 14.94.16 y 14.94.17
Hermosillo 4.75.17 y 4.73.62
León 3.42.57 y 4.54.12
La Paz 2.80.77 y 2.80.88
Lázaro Cárdenas 2.17.95, 2.17.96 y 2.17.97
Monterrey 40.50.73, 48.50.74 y 40.51.66
Mexicali 4.09.61
Mérida 3.49,27 y 1.64.38
Morelia 2.41.03 y 2.40.49
Oaxaca 6.90.21
Puebla 46.13.00 y 46.58.61
Pachuca 2.66.58 y 2.12.77
Querétaro 4.24.11 y 4.26.66
Reynosa 2.77.70, 2.77.14
San Luis Potosí 2.39.58 y 2.39.62
Tlaxcala 2.13.43
Tlalnepantla 565.09.73 y 565.12.63
Tijuana 8.16.16, 5.59.03 y 5.59.04
Toluca 5.70.70, 5.70.71 y 5.70.72
Torreón 2.64.06, 2.64.07 y 2.64.09
Tampico 2.22.52
Tepic 2.60.42, 2.73.55, 2.51.84
Tuxtla 2.74.01 y 2.74.02
Villahermosa 2.41.48, 2.37.95 y 2.38.73
Veracruz 6.03.79 y 2.79.13
Zacatecas 2.04.60, 2.06.11

Nos interesa conocer en detalle el pequeño o gran problema que, como consumidor, le aquejó en estos días. Podemos ayudarle a una solución más adecuada. Para ello, sólo tiene que escribirnos a: Revista del Consumidor, Asesoría Jurídica, Apartado Postal 20600, México, D.F. (Código Postal 01020).

Para contestar personalmente las cartas que dirigen a nuestra revista, requerimos de su cooperación. Revise con cuidado que su carta tenga el domicilio correcto, calle, número, nuevo código postal, delegación o municipio. Si cuenta con teléfono, el número de éste nos será de mucha utilidad para ponernos en contacto con usted en caso de necesitar más datos sobre su caso.

Vivales en el negocio de la muerte

Aunque el fallecimiento de un ser querido siempre es doloroso y desconcertante, no hay que perder de vista que comerciantes sin escrúpulos se aprovechan de esos difíciles momentos para explotar a los deudos. ***La Procuraduría Federal del Consumidor en esta ocasión da la voz de alerta contra la empresa Jardines de Tlalnepantla*** *—con oficinas en* ***Leibnitz 20, piso 10, colonia Anzures*** *— que se dedica a la administración de un panteón.*

Las abundantes denuncias de los consumidores hacen ver que este negocio acostumbra rescindir unilateralmente los contratos de propiedad de fosas por falta de pago; para ello recurre a la práctica, tan usual como dolosa, de no enviar oportunamente al cobrador.

Además la citada empresa realiza las inhumaciones en el lugar que designa la gerencia —y no donde estipula el contrato— y nunca tiene en existencia el tipo de féretro contratado con anticipación, sino otros más costosos, por lo cual los deudos deben pagar la diferencia.

Las cifras son elocuentes: ***del total de quejas recibidas en la PFC contra funerarias, Jardines de Tlalnepantla se lleva el 42 por ciento.***

En general, a las escuelas particulares que no respetaron las colegiaturas estipuladas al principio del año escolar, quebrantando con ello las disposiciones de la Secretaría de Educación Pública. Algunas, como la escuela Lasalle Boulevares —a quien dedicamos especiales chiflidos— implementaron el aumento bajo el pretexto de una "colaboración voluntaria de los padres". Lo paradójico es que los alumnos que no pagaran esta "colaboración" —que iba de los 2470 a los 3950 pesos— deberían dejar la escuela, con el consiguiente problema de encontrar un nuevo plantel pocas semanas antes de la culminación del año escolar.

Casos reales de la Procuraduría

Mercenarios de la salud

Que la salud no tiene precio es un dicho muy conocido y citado, pero hay médicos que lo toman muy "a pecho" y, abusando de esta creencia, les ponen un elevadísimo precio a sus servicios, que con frecuencia dejan mucho que desear. El incidente que ahora relatamos le ocurrió a una turista estadounidense de visita en nuestro país.

El 19 de octubre pasado, la señora Miriam Hertlick sufrió la torcedura de un tobillo, por lo que solicitó los servicios del médico del Hotel Reforma, donde estaba hospedada. La administración envió al doctor Sergio Rosellón, asistente del doctor Isaac Goldstein, que tiene su consultorio en dicho hotel. El médico hizo un diagnóstico inicial de gravedad, que después fue confirmado en el Hospital Dalinde: había fractura del tobillo y el cuadro se agravaba por la alarmante presión alta de la señora. En consecuencia, la paciente permanecería sólo una noche en el hospital y al día siguiente viajaría a su país para evitar los efectos de la altura.

Todo estaba más o menos bajo control, hasta que llegó el momento de pagar la cuenta del hospital: ¡23 mil pesos (en esas fechas alrededor de 900 dólares) por una sola noche! Y el precio no fue lo más grave: una vez de regreso en Estados Unidos los señores Hertlick visitaron al médico, quien comprobó que la señora tenía una simple torcedura de tobillo. Lógicamente indignados enviaron una carta a la PFC denunciando los hechos y pidiendo castigo para los galenos.

Lo que ocurrió después fue aun más interesante: el representante del Hospital Dalinde demostró que en su clínica sólo se habían cobrado siete mil pesos. El resto —afirmó— fueron los honorarios del médico, el doctor Rosellón. Se le aclaró entonces que el doctor titular era Isaac Goldstein, a lo que reaccionó de inmediato, como cuando se habla de alguien muy popular: "Ah, pero Goldstein es muy conocido, por eso ya no lo dejamos entrar en los hospitales. Se la pasa embaucando turistas desprevenidos". Al menos en este caso, los 16 mil pesos que su ayudante cobró por revisar un tobillo avalaban esa afirmación.

En la audiencia conciliatoria el doctor Rosellón declaró muy dignamente que "así cobramos porque así nos valoramos como médicos" —no queremos ni imaginar cuánto cobran por una operación— pero el representante del Hospital no lo dejó terminar, recordándole la fama que tienen entre el personal de muchos hospitales. Unos días después llegó a la PFC un cheque por 10 mil pesos para ser remitido a los señores Hertlick.

Aunque el caso se resolvió favorablemente, mientras existan médicos como éstos: ¡Dios nos libre de dar un mal paso!

Fanfarrias

Da repugnancia adentrarse en los baños públicos Gudilitam, de Juan Cousio 62, colonia Alfonso XIII, nos dice el señor Sergio Vaca; agrega que el estado general es lamentable, están permanentemente sucios, limpian el lugar donde estuvo el cliente con la misma toalla que usó y las cucarachas aparecen por todos lados.

Es lamentable, pero tenemos que reconocer que este mes enfrentamos dificultades para encontrar una empresa que se caracterizara por su respeto a los derechos de los consumidores. Finalmente nuestro reportero en la PFC logró detectar un comercio que, desgraciadamente, no pertenece al giro de ventas de artículos de primera necesidad, de quienes más honestidad se requiere en estos momentos.

No obstante, vayan nuestras fanfarrias a la fábrica de vestidos Star Dance —Ecuador 77, 2o. piso, Centro— dedicada a la confección de vestidos de noche. El hecho de que su mercancía deba estar hecha a la medida y gusto de cada cliente propicia que, después de múltiples arreglos, los vestidos resulten apropiados sólo para quienes los encargaron. A pesar de ello, algunas consumidoras deciden a última hora no adquirir las prendas. En esos casos la empresa acepta la rescisión del contrato y asume los gastos sin mayor problema.

Más vale prevenir...

Por Gabriela Martínez

Viana y Compañía, que alguna vez mereció nuestras fanfarrias por su apertura al diálogo con los consumidores, va ganando, a pasos agigantados, una pésima fama.

Por una parte, hemos recibido quejas de que venden mercancía sin asegurarse de tenerla en existencia, provocando una gran pérdida de tiempo a los consumidores que, al cabo de varios meses, logran recuperar su dinero —que para entonces vale un poco menos—, sin haber podido adquirir la mercancía deseada —que para entonces cuesta más.

Pero eso no es todo; el pésimo trato que dan a los clientes que pretenden hacer valer sus derechos es digno de mención. Como le sucedió a la señora Rebeca Luna de Torres, quien el 7 de mayo adquirió en Viana de Cervantes Saavedra un televisor con valor de 10516 pesos, que dos días después se descompuso.

Lógicamente, la señora Luna acudió a la tienda para que revisaran el aparato, y al destaparlo, el técnico comprobó que se trataba de un televisor usado y en muy malas condiciones.

Cualquiera supondría —como la consumidora creyó— que el aparato le sería cambiado inmediatamente; sin embargo no fue así, y a pesar de sus insistencias la señora Luna sólo consiguió que le hicieran una pequeña reparación. Por supuesto al llegar a su casa comprobó que el televisor seguía sin funcionar, volvió a la tienda y no obtuvo atención de ningún tipo.

Fue entonces cuando la consumidora se comunicó con nosotros. "Yo hablé personalmente con el señor Fermann, gerente de la tienda, quien me indicó que el señor Rivera, del departamento jurídico, era la persona indicada para autorizar el cambio de unidad.

Creí en la sinceridad del señor Fermann y me dispuse a ponerme en contacto con el señor Rivera, pero descubrí que era tarea punto menos que imposible, pues cuando —casi milagrosamente— lograba comunicarme a Viana, el señor Rivera no estaba. Sin embargo conseguí enterarme de que el propio gerente tenía toda la autoridad para hacer la devolución, lo cual resultó aun más indignante."

Después de muchas vueltas, la señora Luna pudo entrevistarse con el señor Fermann, quien la convenció de que le diera otra oportunidad al técnico para que probara a reparar nuevamente el televisor, con la promesa de que si volvía a descomponerse se le cambiaría de inmediato.

A la fecha del cierre de esta colaboración no habíamos recibido una nueva queja de la señora Luna. No obstante es una buena oportunidad para pedir mayor seriedad por parte de Viana y Compañía y para recordar a todos los consumidores que el hecho de que algunos almacenes vendan más barato no implica que tengamos que aceptar malos tratos o que no podamos reclamar cuando se transgredan nuestros derechos.

Si usted desea orientación en el conocimiento y ejercicio de sus derechos como consumidor, no dude en acudir a la Unidad de Promoción Directa, ubicada en la planta baja del edificio del INCO: Insurgentes Sur 1871, o bien llamar al teléfono 550-47-55, extensiones 166, 167, 185, 192, 193, 194 y 195, de 9:00 a 17:00 horas y de lunes a viernes.

El buen juez por su casa empieza

La Comisión para la Defensa del Idioma Español también tendría que darse una vuelta por la Revista del Consumidor. Así nos lo hizo ver un atento lector, quien telefónicamente señaló que en un número reciente de nuestra publicación incluimos las palabras "slogan" y "raiting", a pesar de, existir las palabras "lema" y "audiencia", adecuados equivalentes en el idioma español de esas voces inglesas. Damos disculpas y prometemos poner más atención en el uso de nuestra fértil lengua materna.

Reparaciones fantasma en VW

Decepcionante experiencia con el Distribuidor Autorizado Volkswagen de Toluca relata el señor José Ortega, residente en esa ciudad. El consumidor llevó su auto a la agencia **Summa Automotriz** para que le efectuaran el servicio de los 7 500 kilómetros y, en primer lugar, debió esperar dos horas más de las que le habían indicado, para que se lo entregaran "aparentemente tal como lo había dejado por la mañana", pues ni siquiera lo habían lavado.

Al día siguiente el señor Ortega tuvo la buena ocurrencia de revisar el aceite del automóvil que, señala, "estaba igual de negro; entonces pregunté a mis compañeros de trabajo si el aceite se ponía negro en un día, a lo que me contestaron que no; además me contaron algunas 'transas' de este servicio y me regañaron porque ya me lo habían advertido anteriormente. No se si sus 'transas' serán verídicas, pero, eso sí, a mi me cobraron 539.20 pesos por tener guardado el auto durante casi 12 horas".

Cuando el consumidor acudió a reclamar a la agencia, el aceite de su vehículo fue cambiado; sin embargo, con lógica desconfianza optó por llevarlo a otro taller para que verificaran si efectivamente se había llevado a cabo todo lo que indicaba la factura, encontrando que, salvo por el aceite, todo estaba igual que antes del servicio.

El señor Ortega señala por último que es casi ineludible acudir a los distribuidores VW, a pesar de la ya muy mala fama que se han ganado a pulso, pues para que el fabricante respete la garantía del auto es necesario llevar la unidad a esos sitios. "En mi caso prefiero perder la garantía pero conservar el auto en mejores condiciones, llevándolo a un taller de confianza, pues además de todo en los servicios autorizados cobran muy caro", concluye.

RESPUESTA

Es claro que al cobrar trabajos que no realiza, la empresa Summa Cía. Automotriz, S.A. está incurriendo en graves violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo que puede ser merecedora de sanciones tanto administrativas como penales.

Le sugerimos por tanto que en este caso como en los que pudieran presentarse más adelante canalice su queja en la propia Procuraduría Federal del Consumidor. En la ciudad de Toluca hay una delegación de esta dependencia, ubicada en la calle de Pedro Ascencio Sur No. 166, con los teléfonos 570-70, 570-71 y 570-72.

Envases de refresco: no acepte vales en lugar de dinero

Se ha vuelto una práctica cada vez más difundida que diversos supermercados se nieguen a pagar en efectivo los envases de refresco vacíos que previamente les han sido comprados llenos y por los cuales se ha pagado únicamente como depósito. Lo que se acostumbra en estos establecimientos es ofrecer vales que se canjean por mercancía, más no el dinero en efectivo.

Al respecto, y contestando a la inquietud del señor Miguel Angel Quiroz, es necesario aclarar que con esa práctica comercial —que, entre otras cadenas de tiendas, lleva a cabo Gigante— se viola la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 56, donde se establece que el consumidor tiene derecho a recuperar, en el momento de la devolución del envase o empaque, la suma íntegra que haya entregado como depósito.

¡GULP!

*En la panadería **Pánuco —Río Pánuco 178, colonia Cuauhtémoc—** se ha vuelto una costumbre duplicar el precio oficial del bolillo: cobran un peso por cada uno y además condicionan su venta a la compra de pan dulce, denuncia la señora Guadalupe Cruz.*

*Recordando que todos somos consumidores, la Asociación de Hoteles y Moteles de Cancún —Quintana Roo— se queja del pésimo servicio que presta a sus socios la empresa **Elevadores Otis de Abedules 84, colonia Santa María Insurgentes** en el D.F. "Los dos técnicos que tienen en la ciudad no son suficientes para atender las demandas que existen, además de que no cuentan aparentemente con refacciones o equipo de trabajo adecuado y hasta existen dudas en cuanto a su capacidad profesional", dicen.*

Teléfonos útiles

Transparencia de precios: 568.87.22 **Procuraduría Federal del Consumidor** 761.38.11

Dirección General de Precios de la SECOM (para denunciar violaciones a los precios):5.88.29.50 al 52

Secretaría de Turismo: 250.85.55,ext. 223

Secretaría de Educación Pública (para reportar alzas arbitrarias en las colegiaturas de escuelas particulares): 657.13.01.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (para reportar cobros indebidos de impuestos):585.18.22

Instituto Nacional del Consumidor: 550.47.55

Cero en conducta:

Zapaterías para andarse con pies de plomo

Aunque los negocios dedicados a la venta de zapatos tienen una cantidad de demandas ante la PFC considerada como "normal" —902 en los últimos dos años— y la mayoría de las veces esas quejas son conciliadas favorablemente para los consumidores, también en este rubro hay comerciantes sin escrúpulos que además de no respetar los derechos de sus clientes, se niegan sistemáticamente a reparar sus faltas. Las siguientes son las zapaterías que invariablemente se rehusan a colaborar con la Procuraduría Federal del Consumidor y, en consecuencia, obstaculizan cualquier arreglo con los consumidores.

+ **Zapatería Boutique Carrie**, Montevideo esquina Payta, colonia Lindavista.
+ **Calzado Bobadilla**, Chapultepec esquina con Doctor Lucio, colonia Doctores.
+ **Calzado D'Europa**, Madero 27, Centro.
+ **Calzado Francis**, 16 de Septiembre 39, Centro.
+ **Local 41 del mercado de zapatos** ubicado en Aztecas y Granaditas, Centro.
+ **Zapatería Bolaños**, Aztecas esquina con Costa Rica, Centro.
+ **Zapatería Bucareli, S.A.**, Bucareli 164-168, Centro.
+ **Zapatería El Globo**, Centro Comercial Hacienda, Cuautitlán.

Zapatería La Elegancia, Brasil 50, Centro.
+ **Zapatería Riviera**, Jalisco 185, Tacubaya.

Rincón Legal

Cuando una mercancía presente defectos o vicios ocultos que la hagan impropia para los usos a que habitualmente se destine o disminuyan su calidad o la posibilidad de su uso, el consumidor tiene derecho a pedir la rescisión del contrato, la reducción en el precio pagado y, en cualquier caso, la indemnización por daños y perjuicios.

El artículo 31 de la Ley Federal de Protección al Consumidor estipula lo anterior y aclara que este derecho se extingue a los seis meses contados desde la entrega del bien, salvo en los casos en que la legislación común señale un plazo mayor.

Los malos pasos de las botas Bobadilla

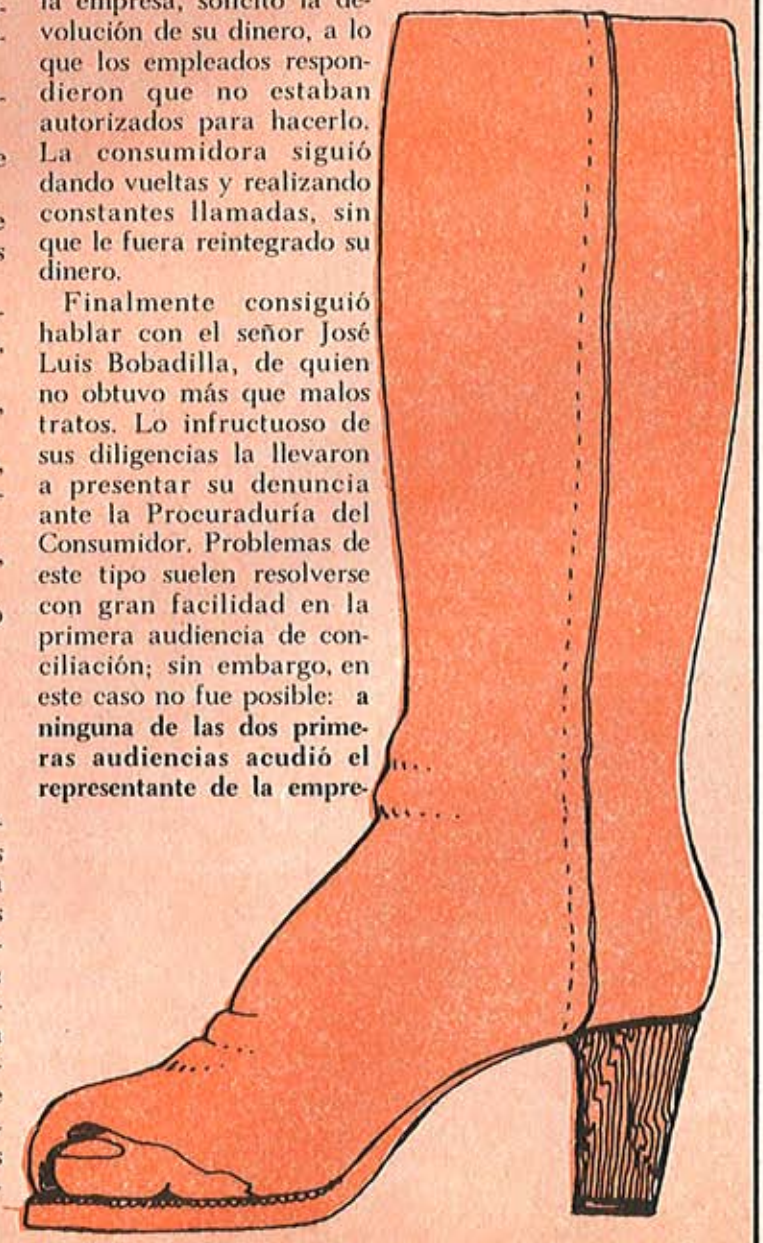
Si a las pruebas nos remitimos, ninguna más oportuna que esta queja para confirmar una de las denuncias hechas en la columna **Cero en Conducta:** la zapatería "Calzado Bobadilla" no se conforma con eludir sus compromisos, también se niega de manera sistemática a responder a las demandas que los consumidores presentan en su contra.

La señorita Norma Rodríguez les encomendó, desde el 15 de noviembre de 1981, la elaboración de dos pares de botas. El costo total del calzado sería de 5 600 pesos y la consumidora dejó a cuenta 3 mil pesos, obteniendo a cambio el compromiso de que sus botas le serían entregadas 15 días después.

El día indicado en la nota de remisión la señorita Rodríguez se encontró con un "regrese la próxima semana"; así lo hizo y así tuvo que repetir las visitas al almacén sin éxito. Cansada de la negligencia de la empresa, solicitó la devolución de su dinero, a lo que los empleados respondieron que no estaban autorizados para hacerlo. La consumidora siguió dando vueltas y realizando constantes llamadas, sin que le fuera reintegrado su dinero.

Finalmente consiguió hablar con el señor José Luis Bobadilla, de quien no obtuvo más que malos tratos. Lo infructuoso de sus diligencias la llevaron a presentar su denuncia ante la Procuraduría del Consumidor. Problemas de este tipo suelen resolverse con gran facilidad en la primera audiencia de conciliación; sin embargo, en este caso no fue posible: **a ninguna de las dos primeras audiencias acudió el representante de la empresa. Por no haber dado respuesta a la demanda, la PFC le impuso multas de 5 mil pesos en la primera ocasión y 10 mil pesos en la segunda; a pesar de eso, siguieron con su inflexible posición de no cumplir con el compromiso adquirido.**

La obstinada e ilícita actitud de **Calzado Bobadilla (Av. Chapultepec esquina con Doctor Lucio)** constituye una voz de alerta para los consumidores y un verdadero desprestigio para una empresa que, en tiempos ahora remotos, llegó a ser conocida por su eficiencia.



UN PASADO QUE NOS PERTENECE

Así consumían los aztecas

Cacao, plumas, pieles, piedras preciosas y oro, eran para nuestros antepasados quizá tan comunes como hoy pueden serlo las tarjetas de crédito, los cheques, los automóviles o el teléfono. Empero, todavía subsisten algunas formas del mercado prehispánico.

Y es conociendo los modos de consumir de quienes habitaron en estas tierras como podemos darnos una idea más clara de nuestros orígenes y de nuestras raíces; es saludable hacerlo, principalmente ahora en que los hábitos de consumo importado amenazan con debilitar nuestra nacionalidad.

Amanece. Los primeros resplandores del sol emergen tras del Popocatépetl (la montaña humeante) y del Iztaccihuatl (la mujer blanca dormida); la densa niebla que cubre el lago va desapareciendo y los tambores y los caracoles marinos suenan en los templos anunciando un nuevo día. El sol ha salido vencedor de su incesante lucha con las tinieblas: el corazón y la sangre de los sacrificados han gratificado a los dioses.

Se inicia el quehacer cotidiano. Tizahuamac y su familia se preparan para un nuevo día en la ciudad de México-Tenochtitlan.

aguas del lago. Las mujeres en el temazcalli, el que está construido de piedra porosa. Ixtlixóchitl e Itza calentaron las paredes del temazcalli con leña y después se introdujeron en éste por una puertecilla, arrojaron agua sobre la pared caliente y se encontraron rodeadas de vapor.

La familia sabe que la limpieza es fundamental en su pueblo, pues desde pequeños les ha sido inculcada la pureza del cuerpo. Se sabe que el Emperador se baña varias veces al día y sólo los comerciantes, en vísperas de un viaje, dejan de bañarse, como un sacrificio para que los dioses los protejan.

su canoa y se dirige a tierra firme, donde se encuentran las tierras del calpulli. El joven Cuauhtémoc se encamina a la escuela del barrio.

Por su parte, las mujeres arreglan la casa que, hecha de adobe, consta de una alcoba donde duerme toda la familia, una cocina, un pequeño santuario y el temazcalli. Los muebles de la casa son escasos, pues únicamente se tienen los petlatl (petates) y los cojines para sentarse en el piso.

Más tarde, Ixtlixóchitl e Itza preparan sus enseres para fabricar mantas, espejos y otros pequeños objetos para vender en el mercado que

Y como todos los días y desde tiempos antiguos, Ixtlixóchitl, la esposa, es la primera en levantarse y empezar las labores del hogar. Mientras ella saca del agua el maíz que habrá que moler en el metate, Itza, la hija, le ayuda a encender el fuego.

Y al sonido rítmico que producen las manos al aplastar la pasta de maíz para hacer las tortillas se une el **murmullo** de los pavos, que inquietos deambulan por el jardín de la casa.

Tizahuamac y Cuauhtémoc, el hijo, se levantan, ajustan su maxtlatl (taparrabo) —con el que acostumbran dormir— cubren sus espaldas con el tilmatli (manta de algodón o fibra de maguey), anudándoselo al cuello y se calzan sus cactli (sandalias).

El culto a la limpieza

Anoche toda la familia se bañó. Los hombres lo hicieron en las frías

Ante el nacimiento cotidiano del sol es menester estar limpio y arreglado. De barba escasa, los varones no necesitan rasurarse y únicamente acomodan sus cabellos, que caen cortados sobre la frente y largos a los lados.

Por otra parte, Tizahuamac ha dicho a Itza, la hija: "lávate la cara, lávate las manos, lávate la boca... Mira, también, hija, que nunca te acontezca afeitar la cara o poner colores en ella, por parecer bien, porque esto es señal de mujeres mundanas y carnales; los afeites y los colores son cosas que las malas mujeres y carnales lo usan, las desvergonzadas. Para que tu marido no te aborrezca atavíate, lávate y lava tus ropas".

Razón por la que las mujeres de la casa siempre visten con ropas limpias: el cuetl (falda) y el huipilli (blusa) resplandecen por su limpieza, a pesar de la humedad y de la tierra del medio ambiente.

El sol ya se recorta perfectamente en el horizonte y Tizahuamac sube a se pone en Tlatelolco, "el montículo de tierra emergida".

Riqueza de alimentos

Son ya las diez de la mañana, y como cada cuatro o tres horas los tambores y los caracoles han dejado oír su sonido. La labor de Tizahuamac ha avanzado lo suficiente como para hacerse merecedor al primer alimento del día: una taza de atole de maíz, endulzado con miel o condimentado con chile.

El sabe que los nobles acostumbran tomar también a esta hora su desayuno, que generalmente se compone de un tazón de cacao, al que se le agrega miel perfumada con vainilla.

Aumenta el calor. Hay que volver a la labor del campo, para que el pueblo no padezca hambres y el Dador de la Vida permita que diariamente se pueda vér el amanecer.

Mediodía. Es ya hora de la comida fuerte; cotidianamente los ma-

ceuallis —hombres comunes— ingieren tortillas de maíz, frijoles, salsa de chile y de tomate, ocasionalmente tamales y rara vez carne de venado o de aves y algunas tazas de agua.

Es éste el momento en que las familias se reúnen en casa y en cuclillas sobre las esteras comen sus alimentos. En el caso de Tizahuamac, que se ve obligado a quedar fuera del hogar por el trabajo, saca de su itacate lo que su mujer le ha preparado por la mañana.

De oídas, el pueblo sabe que también a esta hora el emperador y su corte comen. Para ellos se han preparado más de 300 guisados. El emperador escoge, pues ante él se han puesto carnes de pavos, faisanes, perdices, conejos, patos, venado y frutas. Al terminar bebe cacao.

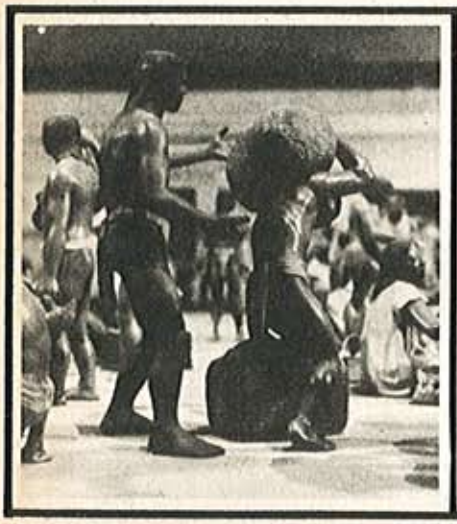
En todo el imperio es famoso el arte culinario de los cocineros del emperador, pues saben preparar de siete maneras diferentes el cacao, conocen siete especies de tortillas, seis de tamales, varias carnes asadas o cocidas y con mucho picante —se desconoce la grasa y el aceite—; asimismo, hay una infinidad de platillos de legumbres, granos, camotes, chiles y tomates.

Los platillos favoritos del emperador son: tamales rellenos de carne, caracoles, fruta servida con caldo de ave, ranas con salsa de chile, pescado blanco con chile y tomate; ajolote en chile amarillo; pescado acompañado con una salsa de pepitas de calabaza molidas; hormigas aladas; gusanos de maguey.

Los mexicanos comunes y los nobles comen también camarones de agua dulce, moscas acuáticas, larvas acuáticas y ranas. De cerca del mar se traen pescados, tortugas, cangrejos y ostras, que se acostumbran consumir en algunas ocasiones.

El pavo queda para las grandes fiestas al igual que la carne de los ixcuintles (perros sin pelo).

Sin embargo, Tizahuamac sabe que cuatro son los alimentos básicos de su pueblo: el maíz, el frijol, el amaranto y la chía. Con estos dos últimos es posible preparar atoles refrescantes y alimenticios.



La noche ha llegado

La jornada de trabajo ha terminado y es hora de regresar al hogar. Mientras va en su canoa, Tizahuamac contempla el hermoso espectáculo que ofrece México-Tenochtitlan: su presencia es imponente sobre el lago, con sus cuatro calzadas apuntando a los cuatro puntos cardinales, con su acueducto que lleva el agua del manantial de Chapultepec, "lugar donde mora el chapulín".

La canoa atraca en el muelle. México-Tenochtitlan va cesando en su actividad. Tizahuamac observa que los únicos lugares que permanecen abiertos son los juzgados, donde se lleva una relación minuciosa de todas las querellas. El sabe que la justicia es muy estricta, imparcial. Recuerda la noticia que anteayer un vecino le comunicó: el señor de Texcoco mandó ahorcar a un juez que favoreció injustamente a un noble en perjuicio de un maceualli.

Y mientras las primeras teas de ocote se encienden para alumbrar las calles de México-Tenochtitlan, Tizahuamac observa que un común es castigado a la vista de todos por el delito de andar ebrio.

Camino a casa, Cuauhtémoc alcanza a su padre y le pregunta por qué se castiga a esta persona: "Porque nadie debe beber vino, excepto los que ya son viejos beben vino y muy secretamente y beben poco, no para emborracharse. Y si aparece por allí un mancebo borracho públicamente o si le topan con el vino, o lo ven caído en la calle o va cantando o está acompañado por otros borrachos, este tal, si es maceualli castígasele dándole palos hasta matarle, o le dan garrote delante de todos los mancebos del barrio, para que tomen ejemplo y miedo de no emborracharse; y si es noble el que se emborracha, dásele garrote secretamente". Los únicos que pueden beber son los viejos cuya vida activa ha terminado.

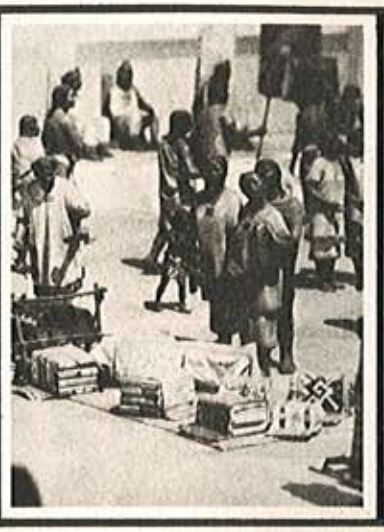
Tizahuamac dice a su hijo las palabras que pronunció el emperador al subir al trono: "Este es el octli, raíz y principio de todo mal y de toda perdición, porque este octli y esta borrachería es causa de toda discordia y disensión, y de todas revueltas y desasosiegos de los pueblos y reinos; es como un torbellino que todo lo revuelve y desbarata; es como una tempestad infernal, que trae consigo todos los males juntos. De esta borrachera proceden todos los adulterios, estupros y corrupción de vírgenes y violencia de parientes y afines; de esta borrachería proceden los hurtos y

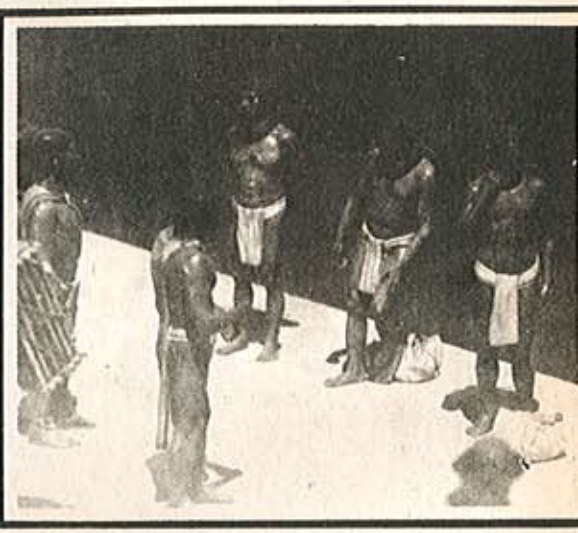
robos, y latrocinios y violencias; también proceden las maldiciones y falsos testimonios, y murmuraciones, y detracciones, y las vocerías, riñas y gritos todas estas cosas causa el octli y la borrachería".

Es hora de regresar a la casa, que se encuentra iluminada por maderas resinosas que cuelgan de las paredes.

Mañana es el día del mercado de Tlatelolco.

Toda la familia se levanta temprano, pues hoy se pone una gran plaza en la ciudad vecina en Tlatelolco. Desde tiempo ha, este marcado funciona cada cinco días.





Tizahuamac, Ixtlixóchitl, Itza y Cuauhtémoc salen de su casa y sobre sus espaldas llevan las mantas y los espejos elaborados por las mujeres, que habrá que intercambiar por algunos productos que se necesitan.

Además, para comprar lo indispensable para la casa, Tizahuamac lleva granos de cacao, oro en grano o polvo, piezas de cobre y objetos de estaño, que cumplen la función de dinero.

Mientras caminan hacia Tlatelolco, que es una isla vecina, observan a los vendedores cotidianos: mujeres que venden a los peatones tortillas, tamales, atole, cacao para beberse, platillos cocinados con chile y tomate, carne cocida. Mientras que algunos hombres ofrecen maíz, pepitas de calabaza, miel, granos, oleaginosas, ollas, esteras, y para atraer la atención pregonan sus mercancías.

Tlatelolco y México-Tenochtitlan son dos ciudades vecinas, separadas únicamente por el canal de Tezontlali, que centenares de personas cruzan el día de hoy.

Tizahuamac se ha enterado de que todos los días en Tlatelolco se reúnen de 20 a 25 mil personas para comerciar y que el día de mercado asisten de 40 a 50 mil aztecas.

Cada mercancía tiene su lugar fijo y delimitado, quedando espacios libres, por donde circulan los compradores.

La familia empieza a recorrer el mercado: aquí se venden joyas de oro y plata, piedras preciosas, plumas multicolores traídas de tierras muy lejanas; más allá se observa a los esclavos, unos libres de toda ligadura y otros con pesados collares de madera, en espera de algún comprador.

A esta hora ya empezó la venta y el regateo de mantas, taparrabos, faldas de algodón. Cuauhtémoc, el hijo, se sorprende de la cantidad de cosas que se encuentran aquí: sandalias, pieles de jaguar, de puma, de zorra y de venado; plumas de águilas, gavilán y halcón; maíz, frijol, semillas oleaginosas, cacao, chile, cebolla; pavos, conejos, liebres, carne de venado, patos y perritos sin pelo; frutas, camotes, miel, almíbar de caña de maíz o de maguey; sal, colores para teñir telas y para escribir, cochinilla, índigo; vasijas de barro cocido, calabazas, vasos y platos de madera pintada; cuchillos de pedernal u obsidiana, hachas de cobre, madera para construcción, tablas, vigas, leña, carbón de madera, trozos de madera resinosa para antorchas, papel de corteza; pipas de carrizo y todos los productos que se podían obtener del lago.

De la plaza emerge el rumor de miles de personas que se agolpan para comprar. También hay sitios en donde se expenden medicinas. Barberías donde los hombres pueden recortar sus cabellos. Puestos en que se vende comida, donde hay guisos de maíz cocido, golosinas de miel con tortillas de maíz y olorosos tamales rellenos de frijoles, carne y chile.

Por allá se observa la vigilancia que realizan los tianquizpan tlayacaque (cuidadores del orden), que en cuanto se presenta una disputa acuden y preguntan qué sucede: el comprador se queja de fraude, alguien reconoce una mercancía que le ha sido robada. Víctimas y transgresores son conducidos ante los tres magistrados que imparten la justicia y que están situados en un extremo de la plaza. De inmediato se pronuncia la sentencia: el ladrón, que ha sido sentenciado a pagar de multa una carga de tela, manda a buscar a su familia, que viene presurosa a depositar el pago de la condena.

Este no es el único mercado de la ciudad, pues todos los días hay varios en diversos puntos de México-Tenochtitlan. Sin embargo, el mercado de Tlatelolco es conocido por la variedad de sus productos y cantidad de ellos. Además, hay mercados particulares para algunos objetos. Por Cholollan se venden joyas, piedras finas y plumas; en el de Texcoco ropas, jícaras y loza y por Aculma está el mercado de los perros.

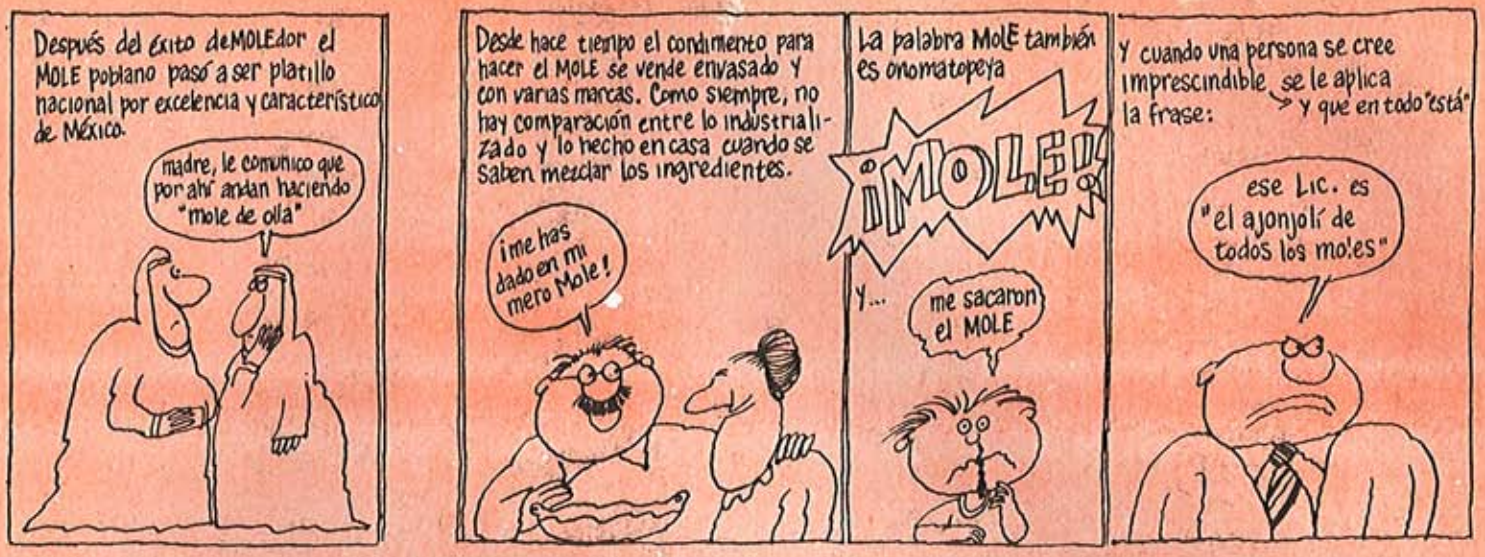
La familia de Tizahuamac ha adquirido todas las cosas que utilizará en cinco días, en que nuevamente se pondrá el mercado.

[Wenceslao Huerta]

ALGO MUY NACIONAL PARA LOS DIAS FESTIVOS

El mole

Decir "más mexicano que el mole" es toda una definición. Y aunque, como mucho de lo nuestro el mole tiene influencias españolas y otras aun más exóticas, su raíz indígena le da un sabor indiscutiblemente autóctono. Sabroso y codiciado, energizante con mayúsculas, el mole debe combinarse con las vitaminas que le son escasas. Recuérdelo cuando lo prepare: no sólo logrará un platillo exquisito sino altamente nutritivo.



Chiles, jitomates o tomates, chocolate o pepitas de calabaza; he aquí la base imprescindible para el mole, rojo o verde, o en cualquiera de los diversos tipos que se preparan en todo el territorio mexicano. El mole —del náhuatl **molli,** que significa salsa o guisado—, aunque incomparable en su sabor, reproduce las salsas y caldos con las que muchos pueblos acompañan sus platillos de carne y arroz, como son las variedades en base a soya o el célebre "curry" de los hindúes.

En ocasiones especiales, en los festejos que se precian, el mole no puede faltar en la mesa mexicana. Barroco, profuso en ingredientes, su preparación es todo un rito que debe seguirse paso a paso: tostar y freír justito a punto, desvenar los chiles, moler en metate de piedra, cocer en una olla panzona de barro... **"y estar bate y bate, que si se pasa tantito ya se quemó..."** precisa Olga Laurrabaquio, vendedora en el mercado de San Angel; o, como dice Chepina Peralta, la famosa cocinera, **"que no se quemen los chiles al tostarlos pues se amarga toda la salsa..."**

Una monja lo inventó

Se dice que en los tiempos en que México se llamaba Nueva España los conventos de Puebla destacaban por la exquisitez de sus platillos. Según la tradición, fue en el siglo XVIII cuando a Sor Andrea de la Asunción, del Convento de Santa Rosa, le encargaron alguna preparación muy, muy especial, para deleitar al virrey Antonio de la Cerda y Aragón y al obispo Don Manuel Fernández de Santa Cruz. La monja recurrió a la memoria indígena y a viejos recetarios españoles; de la combinación —a la que luego se sumaron las especias de Oriente— surgió el mole, en parte peninsular y en parte autóctono pero definitivamente mexicano. **"La base ya existía antes de que llegaran los españoles",** sostiene Chepina Peralta reafirmando las investigaciones históricas que hablan de la inmensa variedad de chiles y salsas que componían la comida indígena.

Hoy, cada región tiene su propio mole, a veces similar a aquél de Sor Andrea, y otras totalmente diferente. Los ingredientes pueden variar de dos a veinte y también el sabor y la forma de preparación. Hay mole rojo y mole verde, pero no faltan el negro y el amarillo. Están el poblano y el huaxmole de Tlaxcala, los moles negros de Oaxaca y Guerrero y el pipián de Zacatecas ...los hay dulces, suaves y picosos, caros y baratos... **"El mole es como un vestido** —dice Yolanda Galicia, dueña del molino "Mi reina", de Xochimilco **y el precio varía según la clase de que se trate y los ornamentos que lleve".**

Hay moles que se preparan con almendras y cacahuates y otros que incorporan anís, nueces, plátano macho, epazote y hierba santa. Según la receta, la carne varía: puede ser de guajolote, de pollo, de cerdo o de res, y en tiempos de vigilia, es habitual remplazarla por romeritos. Los restaurantes suelen especializarse en algunos tipos de mole y no faltan las diferencias en los precios. En "Los Guajolotes" un sabroso mole poblano sale 365 pesos; en "Casa Neri", de la colonia Portales, 150 pesos y en cualquiera de los establecimientos de San Pedro Actopan, en Milpa alta, un platillo no cuesta más de 60 pesos.

El mole y la salud

¿Es nutritivo el mole? **"Su principal aporte son las grasas o lípidos que se encuentran en las oleaginosas (almendras, cacahuates, ajonjolí, pepitas de calabaza, etc.), en la manteca de cerdo y en el chocolate",** afirma el doctor Héctor Bourges, del Instituto Nacional de Nutrición. Los distintos tipos de carne brindan las proteínas, y los chiles, jitomates y tomates, las vitaminas y minerales. Lo que sucede es que la proporción de estos últimos es escasa en relación a los otros elementos; por consiguiente, para que el platillo resulte una combinación nutritiva se requiere agregarle hojas de lechuga, rodajas de zanahoria y de rabanitos o también, si se prefiere, cocinar el arroz con zanahorias y chícharos.

El exceso de chile es irritativo para el aparato digestivo mientras que la abundancia de hidratos de carbono (hay que considerar que casi siempre se consume con arroz y tortillas) puede hacer del mole un platillo no recomendable para quienes presentan tendencia a la obesidad. De ahí que lo más aconsejable sea no usar mucho chile, consumirlo en cantidades discretas y procurar balancear el desequilibrio vitamínico con verduras y hortalizas frescas.

En cuanto al mole enlatado, y más allá de las preferencias de las amas de casa (para algunas es "comodísi-

RECETAS DE MOLE (*)

MOLE NEGRO - (12 porciones aproximadamente)

Ingredientes: 1/2 kilo de chile ancho negro o mulato; 50 gramos de almendras; 1 pan tostado y frito; pasas al gusto; 1 diente de ajo; 1 plátano macho; 10 clavos; 100 gramos de ajonjolí; 50 gramos de nueces; 1 kilo de jitomate; 1/2 kilo de tomate de cáscara; orégano y canela; un guajolote.

Preparación: el chile se tuesta y se remoja y luego se muelen y se queman las semillas; se fríen las almendras, pasas, ajo, canela, ajonjolí, nueces, hierbas de olor y orégano. Después se unen al chile los demás ingredientes más una tablilla de chocolate y un poco de azúcar. Se incorpora el guajolote ya hervido y cortado en piezas y se deja a fuego lento hasta que espese.

MOLE VERDE - (6 porciones)

Ingredientes: 1 kilo de pepitas de calabaza, carne, chiles verdes y serranos al gusto, manteca de cerdo.

Preparación: se muelen las pepitas, ya secas y peladas, hasta que quede una masa sin grumos; se fríe en manteca de cerdo y se le agregan los chiles; se incorpora la carne hervida y frita previamente con un poco de su caldo. Se deja espesar y se sirve casi seco.

MOLE POBLANO - (20 a 24 porciones)

Ingredientes: 1 guajolote; 30 gramos de pan blanco; 200 gramos de manteca de cerdo; 60 gramos de chocolate; 3 chiles chipotles; 225 gramos de chile mulato; 200 gramos de chile ancho; 115 gramos de chile pasilla; 4 jitomates; 3 cebollas; 6 dientes de ajo; 1 tortilla; 85 gramos de ajonjolí; 115 gramos de almendras; 85 gramos de uva pasa; 85 gramos de cacahuates; 1 cucharadita de anís en grano; 8 pimientas; 5 clavos; 1 raja de canela; 60 gramos de ajonjolí para espolvorear y 3 litros de caldo.

Preparación: el guajolote ya hervido y cortado en piezas se fríe en manteca y se le agregan los chipotles desvenados, hervidos y molidos junto con los jitomates asados; se deja a fuego lento y cuando comienza a secar, se agrega un litro de caldo y sal. El resto de los chiles se desvena y se fríe en manteca hasta que se dore. El anís y el ajonjolí se tuestan en un comal. Las almendras, cacahuates, pasas, pan, tortilla y especias se fríen en manteca y se muelen con los chiles, el ajonjolí, el anís, las cebollas y los ajos. Se disuelve todo en un litro de caldo, se agrega el chocolate y se incorpora el guajolote. Se sirve espolvoreado con ajonjolí.

MOLE DE OLLA CON HABAS Y BOLITAS DE MASA - (Receta del SAM, 5 porciones)

Ingredientes: 100 gramos de ejotes; 400 gramos de espinazo; 50 gramos de chiles anchos, asados sin semillas; 3 dientes de ajo; 2 ramas de epazote; 3 calabacitas partidas; 2 elotes partidos; 1 cucharadita de sal; 1 taza de harina de maíz; 2 tazas de habas y una cucharada sopera de aceite.

Preparación: se pone la carne a cocer con dos litros de agua, ajo y sal y a mitad de la cocción se añaden los elotes, los ejotes y las habas; el chile, ya tostado y remojado, se añade al caldo; por otra parte se prepara la harina de maíz con suficiente agua para hacer masa, agregando un poquito de sal y aceite; se forman bolitas de masa y se ponen en el caldo hirviendo con el epazote, agregando luego las calabacitas. Se deja a fuego lento hasta que suavicen las verduras y la carne. (También pueden usarse otros ingredientes, como garbanzo o frijol en lugar de habas, u otras verduras; en lugar de espinazo puede usarse codillo de puerco, carnero o conejo.)

(*) Las tres primeras recetas fueron tomadas del libro "La comida en el México antiguo y moderno", de Virginia Rodríguez R.; la cuarta fue proporcionada por el Sistema Alimentario Mexicano (SAM).

mo e higiénico" y para otras "sabe a tierra") el doctor Bourges es categórico: **"nunca puede igualar al preparado en casa pues, como ocurre con muchos productos similares, si le pusieran todos los ingredientes sería carísimo, además de que los procesos para homogeneizarlo le restan sabor y olor".**

"Made in casa"

El mole puede comprarse preparado: el enlatado cuesta 100 pesos el kilo mientras que el que se vende sin marca oscila entre 160 y 360 pesos (si se trata de mole rojo) y entre 140 y 240 pesos (en el caso del mole verde). La ventaja fundamental del primero reside en las condiciones higiénicas.

Si se prepara en casa, aun usando algunos ingredientes caros, el ahorro es considerable: un kilo de mole rojo no cuesta más de 80 o 100 pesos. Conviene comprar los ingredientes en los mercados sobre ruedas, ya que las verduras son más frescas y los precios reducidos. Allí, 50 gramos de almendras están a 75 pesos contra los 106 de otros lugares, y lo mismo sucede con una gran variedad de ingredientes.

En cuanto a los métodos de preparación doméstica las opiniones son divergentes. Hay quienes optan por hacerlo "todo en casa". **"Para ahorrar tiempo hiervo la carne y tuesto los chiles en la noche y los dejo en remojo; a la mañana, no demoro más de una hora en preparar el mole"**, dice Concepción García, vendedora del mercado de artesanías Vasco de Quiroga. Para Chepina Peralta, en cambio, la preparación completa demora mucho: **"cuando necesito grandes cantidades** —dice— **compro el mole enlatado y lo uso como base, agregándole condimentos tales como ciruela pasa, ajonjolí, chocolate, etc; así se hace rápido y tiene el sabor que uno quiere".**

Sea como fuere, el mole admite diversas preparaciones y variantes; lo importante es que además de saborear un platillo sabroso, se tenga en cuenta que debe cumplir los requisitos nutritivos y que, como siempre ocurre, cualquier exceso es malo.

Cuando viajar se transforma en una desventura

En las modernas centrales de autobuses atiborradas de puestos comerciales o en las estaciones intermedias erigidas en los antiguos cruces de caminos, los viajeros suelen sufrir desagradables sorpresas. Más aún, en tiempos de vacaciones. Y aunque no parezca demasiado atractiva la idea de comer en sus restaurantes o adquirir regalos en sus tiendas, en ocasiones las largas esperas, la imprevisión o el olvido obligan a usar estos establecimientos. En este caso tenga los ojos bien abiertos y, ante cualquier abuso, no dude en quejarse y hacer valer sus derechos.

Juan Rodríguez Hermosillo, dibujante publicitario de 35 años, viaja con cierta frecuencia por razones de trabajo. Su sueldo le permite vivir desahogadamente, por lo que no tiene incoveniente en comer fuera de casa cuando la ocasión lo requiere. En la estación del Sur, junto al metro Tasqueña, sentado en una de las mesas del restaurante recuerda que hace una semana la suerte lo acompañó y que, incluso, el arroz estaba sabroso. Hoy, por el contrario, lo encontró seco y quedó convencido de que no se deben pagar 135 pesos por una chuleta de cerdo, arroz con frijoles y huevos duros, un jugo y un refresco cuando él conoce otros lugares en donde menús como éste no pasan de los cien pesos.

"La comida de la estación es casera, piensa, **y tal vez por eso acude la gente".** Además, en un principio, los precios no parecen altos, —cerdo con arroz o frijoles, 58, bistec mexicana, 62—, pero luego no se sabe qué es lo que ocurre y resulta que ese bistec no demasiado acompañado de cerveza y un platillo de arroz le costó a su compañero de mesa 101 pesos.

En las sillas de la sala de espera un profesor de Guerrero comenta, refresco en mano, que suele frecuentar restaurantes de 60 y 80 pesos, mientras que en la estación siempre ha tenido que pagar más de cien... **"Normalmente** —dice— **en las estaciones compro licores, dulces y refrescos. Los licores suelen tener el mismo precio que afuera pero los dulces y los refrescos son siempre más caros. Éste** —dice, mirando el vaso que sostiene— **lo compré porque se me hizo tarde y llegué acá sediento. A casi todo el mundo le pasa igual, y las tiendas se aprovechan de las circunstancias para aumentar los precios y no dejar pasar la oportunidad de obtener una ganancia extra".**

Millones de viajeros

Hay una extraña unanimidad en los aburridos viajeros que aguardan el momento de subir a los camiones. O tal vez no sea tan extraña la coincidencia porque realmente a todo el mundo le duele —o debería dolerle— que le cobren 18.50 pesos por un jugo, o 20 por un refresco de lata o que en la estación del Sur una tienda de regalos exponga una serie de objetos de plástico —llaveros, carteritas—, a más de cien pesos cada uno.

Sin embargo sigue habiendo clientes para todo porque en México la aglomeración de gentes para trasladarse de un lugar a otro de la República permite prósperos negocios a los comerciantes que, como hace mil años en Europa, se colocan en los cruces de caminos, hoy centrales camioneras, para recibir a los peregrinos del siglo XX. Las estaciones están casi siempre llenas de gente. ¿Cuánta? Pues tan sólo en la estación San Lázaro el tránsito de camiones es de 1500 diarios, con un promedio de cuarenta personas por camión. Es decir, 60,000 viajeros al día y casi 22 millones al año en una sola de las centrales camioneras del Distrito Federal.

Las cifras tampoco deben asustar demasiado si se conocen los datos de la Dirección General de Planeación de la Secretaría de Transportes, que controla el 96.5% del transporte mexicano. Según este organismo, a lo largo de 1981 en México se desplazaron por diferentes medios —carretera, ferrocarril, avión y barco—, 1285 millones de personas y de éstas 1240 millones lo hicieron por carretera, ya sea en automóvil privado o en camión.

De aquí que el negocio organizado alrededor del tráfico en las estaciones camioneras tenga una larga esperanza de buena salud porque los enojos ocasionales de los usuarios ante las deficiencias se olvidan cuando uno llega a su destino. Casi nadie se acuerda entonces de que en una de las tenditas de la estación del Sur pagó 18 pesos por una cajetilla de tabaco y que, diez minutos después, por haber perdido la primera, compró otra de la misma marca por 20 pesos en un puesto de los que están en la calle. Lo que ya no admitió fue que intentaran venderle la de tabaco americano por cuarenta pesos de los de antes de la devaluación.

La batalla por los derechos del consumidor no es fácil, y no siempre resulta agradable discutir y porfiar en pro de un precio justo.

Calidad e higiene

Las tiendas instaladas en las estaciones camioneras son concesiones que la Secretaría de Transportes realiza o realizó a la administración

LO QUE EL VIAJERO DEBE SABER

Si usted es una de las personas que utiliza habitualmente los servicios de autotransporte foráneo, o si se encuentra entre los vacacionistas que en estos meses recurrirán a esta red camionera, **es imprescindible que se anticipe a los probables abusos y anomalías que se registran con frecuencia. Para ello, nada mejor que saber cuáles son y conocer las armas con que cuenta el consumidor.**

Los **retrasos** en los horarios de salida y llegada figuran entre las quejas que encabezan la lista de reclamos, en especial contra Autobuses de Oriente (ADO) y Omnibus de México (de la Central del Norte). Según los pasajeros, las demoras oscilan entre media y cuatro horas; en opinión de los funcionarios de las compañías se deben a congestiones en el tránsito causado por la obstrucción de otros vehículos o por los accidentes viales. Lo cierto es que en muchos casos la causa reside en la falta de unidades y en las deficiencias de la programación del servicio (Ver "Autoabusos de Oriente", Revista del Consumidor No. 64). A veces, sucede que a los retrasos se suman las alteraciones en los recorridos. **"Viajamos en ADO pagando nuestros boletos hasta Ciudad del Carmen, Campeche** —dice la señorita Lourdes Ramírez—, **pero el camión no llegó a destino. Como decidió no cruzar el río, el conductor nos hizo bajar en Zacatal, y ahí debimos tomar el transbordador y caminar un kilómetro".**

Otra queja habitual es la referida a **pérdidas de los equipajes,** cuestión que se presta a las mayores arbitrariedades por parte de las compañías: absoluta indiferencia (como en el caso de ADO), compensaciones irrisorias o exigencia de un alto porcentaje de pago anticipado si el pasajero exige la tasación previa de su envío. Un caso típico es el de Luz Juárez Castilla, que reclamó ante la PFC porque Omnibus de México se negó a compensar el extravío parcial de un envío despachado en Guadalajara.

La falta de condiciones de **salubridad** mínimas (sanitarios cerrados en los autobuses y sucios en las terminales, mala calidad de los alimentos de los restaurantes, suciedad en los vehículos y asientos rotos, etc.) se suma en varias ocasiones a la poca o nula importancia que se le concede al **boleto** adquirido por el pasajero. Hay casos en que se cobra después de subir y no se entrega boleto **("Cuando éste es nuestro seguro en caso de accidente"**, dice el estudiante Aurelio Almazan aludiendo a lo que a veces ocurre en el servicio ordinario a Morelos), y en muchísimas oportunidades no se respeta el derecho a viajar con asiento que fija el boleto. Si bien la mayoría de las compañías reponen el boleto (o el 50 por ciento de su valor) en caso de pérdida o llegada tarde por parte del pasajero, hay algunas, como "Autobuses de Occidente", que no lo hace y otras que derivan al viajero a unidades que salen al día siguiente.

Si a este panorama se agregan las malas condiciones en que trabajan los choferes (que no siempre van acompañados y que eluden el sueño con estimulantes, café y refresco de cola) se entenderá por qué, **en lo que va del año, la Procuraduría Federal del Consumidor ha recibido 120 quejas por anomalías en el transporte terrestre. La ley ampara al consumidor en sus derechos a recibir un buen servicio. Cuando así no suceda, recurra a los organismos pertinentes.** (ver recuadro)

de la central camionera con la condición de que en el recinto se reserve un lugar para Telégrafos, otro para la Policía Federal y otros dos más para otras tantas dependencias oficiales. Una vez que esto se cumple es la administración de la central camionera —organizada por las diferentes compañías de camiones— la que, sin controles posteriores de las instituciones públicas, decide cómo se llevan a cabo las concesiones, según las normas vigentes al respecto. Cuando las tiendas están ya en funcionamiento se sujetan a los mismos controles de sanidad y precios que el resto de los establecimientos del D.F. En la estación de Oriente un cartel así lo anuncia; "Los comercios y restaurantes son concesiones ajenas a esta terminal y línea de autobuses".

Actualmente, en lo que se refiere a estas tiendas, no sólo preocupan los precios, sino también ocurre que los consumidores más conscientes se muestran atentos a la calidad y a las condiciones higiénicas en que se encuentran los alimentos. Así lo señalaba una señora, empleada en Sanidad, que optaba, como medida precautoria, por desconfiar de las propiedades beneficiosas de ciertos productos en determinados lugares. Para esta señora el recuerdo del aceite de colza de España era un ejemplo lo suficientemente digno de atención como para ser cuidadosa en este terreno.

De modo parecido se expresaban en la estación camionera del Norte dos muchachos, estudiantes de agronomía que, debido a sus estudios, tienen que viajar frecuentemente. Por este motivo conocen en detalle lo que puede ocurrir en una estación camionera. **"Lo importante no es comer, sino saber comer. Acá en la estación el servicio es caro y la comida está medio mal. Hace un año yo pagué treinta pesos por un cuarto de litro de leche y unos panecillos. Desde entonces como siempre en el comedor de la escuela.**

— ¿ Y ese helado que saborean?

— No más un antojito, porque se fue el camión y tenemos una hora hasta que venga el siguiente. Esto es una excepción, pero la mayoría de la gente pide algo sin preguntar el precio y luego no lo rechaza porque piensa que es "menos" si lo hace. El ochenta por ciento de la gente no conoce los precios del DF porque viene de fuera".

Efectivamente, no actúan de igual forma frente al consumo quienes todos los días hacen cola para el camión de Pachuca que los llegados desde lejos, casi siempre tentados por "lo que hay en el DF"

Algo de esto comentaba un estudiante de la UNAM que afirmaba no gastar nada en las estaciones. **"Si tengo hambre compro unos tacos y un refresco a precios que ya conozco, y luego voy a casa y como lo que haya".** La afición por los tacos no decrece, aunque no siempre sea lo más barato ni lo más nutritivo.

Una ama de casa, en vez de tacos, prefería resolver la cuestión alimentaria del viaje preparando la comida en casa. **"Hay que mirar la economía cuando se tiene un sueldo de trabajador".** Efectivamente, parece cada día más obligado considerar la economía, especialmente después de aquel día de febrero en que el peso quedó devaluado. Y, sin embargo, esto no es todo respecto de las estaciones terminales. Según los entrevistados, se trata de sitios que requieren otros cuidados; de otro modo el usuario puede quedar insatisfecho con muchas cosas: limpieza de los sanitarios, corrección de los empleados de las compañías con los pasajeros y garantía de seguridad de que el billete numerado va a servir para que su poseedor encuentre su butaca vacía a la hora de entrar en el vehículo, cosa que no siempre ocurre. Para resolver estos inconvenientes, decían dos poblanos, no estaría de más "una checadita de la Secretaría de Transportes". Ahí va la sugerencia.

[Alfonso Navarro]

A QUIEN RECURRIR

Son numerosas las disposiciones legales que amparan al consumidor en su derecho a recibir un buen servicio, entre ellas las establecidas por la Ley Federal de Turismo, la Ley Federal de Protección al Consumidor y el Código Sanitario. **Usted debe hacerlas valer.** Recuerde que en caso de presentarse anomalías o abusos en el transporte, puede recurrir a:

- Las oficinas de quejas establecidas por la **Subdirección de Supervisión de la Secretaría de Comunicación y Transportes** en todas las terminales de autobuses y estaciones intermedias. También puede dirigirse por carta o personalmente a la sede central ubicada actualmente en Calzada de las Bombas 441, Col. San Bartlo, Copa, tel. 684 34 19.

- Las delegaciones de la **Secretaría de Turismo** en todo el país y su oficina central de quejas en Pte. Mazaryk 172, Polanco, tel. 250 79 43.

- La **Procuraduría Federal del Consumidor.** Acuda personalmente a Dr. Carmona y Valle 11, Col. de los Doctores, o llame al teléfono 761 38 11.

A menos que alguien cargue con su tocadiscos en el camión, no es lógico que vendan discos en las centrales de autobuses que, más que terminales, parecen centros comerciales.

PULMONES LIMPIOS
AL ALCANCE DE TODOS

¿Cuánto cuesta dejar de fumar?

Salvo para algunos de los escasos héroes solitarios que aún subsisten en el mundo, abandonar el tabaco, cuando se es adicto, suele requerir ayuda y tratamientos. Y si la decisión está presente, dejar de fumar no cuesta un peso en el caso de recurrir a los lugares adecuados. La ganancia casi no puede medirse; no sólo se ahorra en la cajetilla diaria que saquea los bolsillos, sino que vivir, ya no fumar, se tranforma en un placer que, además, dura más tiempo.

Que en términos monetarios fumar no es precisamente un edén salta a la vista de cualquiera. Después del último aumento, un aficionado a "Delicados" que consuma una cajetilla diaria habrá desembolsado en un año algo más de 3,200 pesos; si la preferencia es por "Baronet", la suma ascenderá a 5,110 pesos y si el elegido es "Raleigh" su opción le costará anualmente 8,212 pesos. Las cifras aumentan considerablemente si además se trata de alguna de las marcas que dicen introducir a la víctima en esos particulares reductos de elegidos, de unos pocos, de "los que saben": entrar al elegante "mundo Marlboro" supone pagar en un año 9,672 pesos, y asociarse al aristocrático "Benson" cuesta unos 12,775, siempre que se fume tan sólo una cajetilla diaria.

Pero más allá del aspecto económico, el cigarro se lleva muchas vidas; según las estadísticas anglosajonas, las del 10 por ciento de los fumadores que superan los 25 cigarrillos diarios. **"Estados Unidos pierde 25 billones de dólares anuales por el ausentismo originado en el tabaco, ya que las investigaciones médicas han demostrado que la vida de un fumador se acorta en cinco minutos y medio con cada cigarrillo",** afirma el doctor Federico Puente Silva, del Instituto Mexicano de Psiquiatría. En los países subdesarrollados el número de fumadores aumenta paulatinamente; se estima que México cuenta con unos 17 millones, aproximadamente la cuarta parte de su población. El temor a enfermedades respiratorias y cardiovasculares y al cáncer que engendra el alquitrán no parecen amedrentarlos. Sin embargo, hacer la guerra al tabaco es una buena causa que muchos quisieran emprender. La gran diferencia con las otras guerras es que no cuesta vidas sino que las gana. ¿Las armas? Las más poderosas: las del covencimiento y la voluntad. Todo lo demás puede ser gratis.

El humo en la boca

"Aunque la primera vez casi me ahogo, de todos modos le seguí, quería sentirme grande", confiesa el empleado administrativo Francisco Castillo, que "debutó" a los 15 años. Los motivos por los cuales la gente explica su gusto por el tabaco son diversos, pero todos se relacionan con alguna necesidad de afirmación y con la búsqueda del alivio de tensiones. **"Tener algo en las manos, en la boca, no sentirme desarmado",** explica el señor Miguel Nava Durán, técnico y fumador empedernido. **"Quería ser aceptado en el círculo de amigos y diferenciarme de las chicas, que hace diez años no fumaban tanto como ahora",** evoca Antonio Arroyo, de 25 años.

La cuestión es que aunque se comience por diversas motivaciones, en general psicosociales, el camino forzoso del fumador pasará por una inicial gratificación sensomotora (provocada por la exitación del sistema nervioso central y periférico que ocasiona la nicotina) y, al pasar los diez cigarros diarios, sobrevendrá la **adicción** y ya la separación será dificultosa. **"Cuando baja el nivel de la nicotina en la sangre** —afirma el doctor Puente Silva— **el organismo reclama restablecerlo y el individuo siente necesidad de otro cigarro; de ahí que puedan ayudar en los tratamientos los chicles nicotínicos, que pronto se importarán".**

Esta cuestión de la adicción no siempre es tenida en cuenta por los fumadores y es así que muchos recurren a originales métodos personales; hay quienes se fijan cuotas diarias que anotan prolijamente, mientras otros cortan los cigarros por la mitad; están los que, en especial luego de alguna "cruda" de tabaco recurren a la hipnosis o se atosigan de humo metiéndose en una caja de cristal. En la inmensa mayoría de los casos el fracaso se convierte en el resultado obligado. **"Yo anotaba todos los días las razones por las que fumaba y dejé el tabaco y el método por la flojera que me dio seguir llevando el apunte. Pero a los dos años volví al cigarro",** nos dice un empresario que ahora se pregunta cómo hacer un nuevo intento.

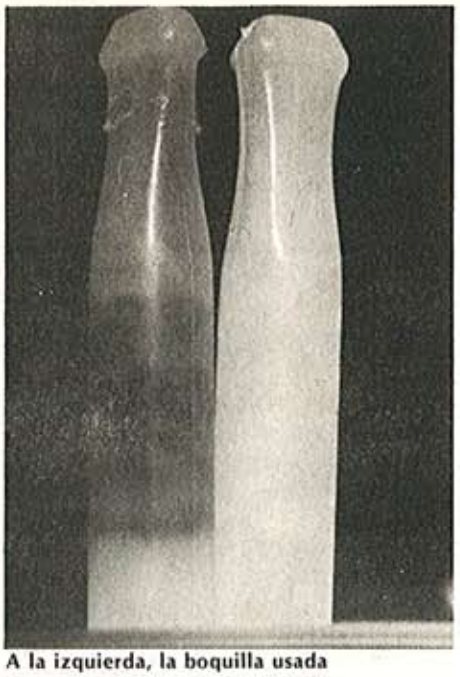
No obstante la situación "sin salidas" que suelen vivir los fumadores, **los métodos existentes para abandonar el vicio han demostrado altos porcentajes de efectividad.** Algunos son integrales (como los que se aplican en la Clínica de Tabaquismo) y otros se caracterizan a sí mismos como apoyos (acupuntura, homeopa-

tía). En cualquiera de los casos, lo que hace falta es tomar la decisión, y no "mañana", "el lunes" o "cuando el precio aumente otra vez" sino ya, ahorita.

Una clínica gratuita y efectiva

La **Clínica de Tabaquismo** del Instituto de Enfermedades Pulmonares (IEP) de la Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA) funciona desde agosto de 1981. Las estadísticas dicen que entre los pacientes que siguen puntualmente el tratamiento, el 90 por ciento abandona el cigarro; entre los "irregulares" el éxito alcanza al 50 por ciento. La psicóloga Mónica Balzaretti explica que el tratamiento consta de dos partes, una médica y otra psicológica. **"En la primera se efectúan estudios de sangre, orina, vías respiratorias, electrocardiogramas y detección de cáncer que, aunque están valuados en alrededor de 20 mil pesos, al paciente le resultan totalmente gratis"**, afirma. La fase psicológica incluye la formación de grupos de diez personas que comparten 12 sesiones de una hora y media cada una durante un mes. Se proyectan videotapes, se informa y explica sobre las causas y efectos del tabaco en cada paciente, se aplican técnicas de terapia de grupo.

Según algunos el susto que produce conocer el estado del organismo es una importante condición para el



A la izquierda, la boquilla usada que guarda en su interior la nicotina y el alquitrán que hubieran terminado en los pulmones del fumador.

éxito de este método. **"Yo no fumaba más de media cajetilla diaria, pero cuando vi mis pulmones a través de la radiografía me espanté y dejé el cigarro"**, relata la señora Eréndira Zepeda Rodríguez, quien asistió a la Clínica de Tabaquismo y está satisfecha por los resultados del tratamiento. **"Ojalá otras instituciones, como el ISSSTE y el Seguro Social también brindaran este servicio"**, dice.

También hay psicólogos que organizan cursos para dejar de fumar, pero en este caso son de paga. Uno de ellos es el doctor Mario Rosenfeld; con psicoanálisis y ocho sesiones de cuatro horas semanales da el puntapié inicial para alejar a los fumadores del vicio. Esto cuesta 6 mil pesos. Luego los pacientes se reúnen en grupos de ex fumadores para apoyarse mutuamente.

Pero hay otras posibilidades gratuitas; una es asistir a las sesiones semanales de terapia de grupo de dos horas de duración que durante seis semanas se imparten a los pacientes en el **Centro de Orientación para Fumadores,** de la SSA. El tratamiento incluye toma de radiografías, elaboración de cuestionarios y proyecciones.

Recursos de moda, caros y baratos

Entre los costosos tratamientos una novedad es **Smokenders,** organización que promete el abandono del cigarrillo al cumplirse las cinco primeras sesiones de un curso que en total incluye la asistencia a ocho reuniones de dos horas, una vez por semana. Federico Reynaud, promotor de Smokenders, explica: **"yo fui fumador y dejé de serlo; este método, creado por la sociedad norteamericana Jackelyn Rogers en 1969, funciona con grupos de 40 personas; hemos logrado éxito en el 92 por ciento de los casos".** Estas cifras resultan abultadamente sospechosas para algunos especialistas, pero, en especial, son los precios del programa el elemento más cuestionado. El costo total es de 17,600 pesos (**"no tan caro si uno compara con lo que gasta en fumar"**, dice Reynaud). Sin embargo, los fumadores disienten: una vecina de Cuautitlán Izcalli (que no accedió a identificarse) manifestó que acudió a Smokenders **"porque no conocía otra organización".** Pero, dijo, **"dar 5 mil pesos de depósito y en la primera sesión los 12,600 restantes es demasiado. Seguiré buscando".**

Otro recurso, también caro, es la **acupuntura.** Comenzó a aplicarse hace unos cinco años y las estadísticas atribuyen un 70 por ciento de éxito al tratamiento completo. El doctor y maestro universitario Carlos Insa lo caracteriza como un método de apoyo a quienes desean dejar de fumar. **"Consiste en detectar a través de un aparato especial los puntos activos donde colocar las**

A DONDE RECURRIR PAGANDO POCO... O NADA

- **Clínica de Tabaquismo del IEP** - Calzada de Tlalpan 4502 - Tel. 573 34 17 - Servicio gratuito - El tratamiento dura un mes aproximadamente.
- **Centro Orientador de Fumadores de la SSA** - Cedro No. 4, Colonia Santa María - Tel. 535 08 57 - Servicio grautito.
- **Servicio Médico de la Escuela Nacional de Medicina Homeopática del IPN** - Arroyo de Guadalupe 239. Fraccionamiento San José de la Escalera, entre Zacatenco y Ticomán - Tel. 586 94 49 - Consulta: 50 pesos.

agujas, que se aplican durante 15 o 20 minutos en una sesión semanal y en la región auricular por tiempo indefinido; es necesario que el paciente esté consciente de su decisión; el tratamiento ayuda a disminuir la ansiedad", afirma. En su opinión, el plazo promedio de curación es de unos seis meses; si consideramos que el costo oscila entre 700 y mil pesos, se requerirá, respectivamente, entre 18, 20 y 26 mil pesos para efectuar este tratamiento.

La **homeopatía** no deja de estar presente en la cuestión del tabaquismo. Según el doctor Luis García Sánchez, de la Escuela Nacional de Homeopatía, el primer paso es conocer las causas. **"Una vez detectadas se aplican dos medicamentos: el 'tabacum' y otro a determinar según la patología del paciente".** El tratamiento dura alrededor de 3 meses. En los consultorios privados sale en unos 600 pesos; en el Servicio Médico de la Escuela Nacional de Homeopatía del IPN, la consulta cuesta 50 pesos y los medicamentos 25, debiendo asistirse a una consulta cada quince días.

Los "accesorios anti-tabaco"

En otros países los tratamientos se complementan o remplazan por chicles nicotínicos o pastillas especiales que, en general, no son sino relajantes. En México, unos de los "accesorios anti-tabaco" más difundidos son las boquillas, que van reduciendo gradualmente la inhalación de nicotina y alquitrán. El método de las boquillas, **Nulife** incluye cuatro paquetes de 10 boquillas desechables cada uno, numerados del 1 al 4. En el primero, la nicotina y alquitrán disminuyen en un 50 por ciento, proporción que va aumentando a un 65 por ciento, 80 por ciento y 96 por ciento al usar los sucesivos paquetes. El sistema completo cuesta 222 pesos, pero también pueden adquirirse por paquetes. La señora Enriqueta de Bautista, gerente de Nulife, está convencida del éxito del método: **"Hemos comprobado los resultados en familiares, amigos y clientes"**, dice, aunque, según algunos vendedores, la que tiene mayor aceptación es la boquilla No. 1.

Como puede verse, para dejar de fumar, los recursos son múltiples y, contra lo que mucha gente cree, el costo en términos monetarios puede ser cero. Hay quienes se ponen excusas a sí mismos aludiendo engordes y ansiedades posteriores. Esto no parece ser muy cierto. Varios ex fumadores reconocen que al principio aumentaron unos kilos porque comían dulces "para tener algo en la boca", pero todos coinciden en que luego recuperaron su peso. **Salvo el esfuerzo que requiere tomar la decisión, abandonar el tabaco sale gratis si se recurre a los lugares adecuados. No hacerlo así cuesta mucho; en una alta proporción ni más ni menos que la vida.**

[L.P. Información: Abigail Cervantes]

Y EN FUMAR... ¿CUANTO SE GASTA?

Si bien no es fácil hacer cálculos precisos ya que los hábitos de los fumadores y el costo de los cigarros son muy variables, podemos partir del supuesto de que se fuma una cajetilla diaria y de que los precios se mantienen constantes. He aquí algunos resultados:

• **"Delicados"** ($ 6.50 pesos) - Con lo que se gasta en un año ($ 2,372.50 pesos) se podrían comprar 103 kilos de frijol, suficientes para abastecer una familia de cinco personas durante dos años.

• **"Baronet"** ($ 14.00 pesos) - Los $5,100 pesos que insumen anualmente alcanzan para adquirir 222 kilos de arroz, con los que cinco personas podrían alimentarse durante tres años.

• **"Raleigh"** ($ 22.50 pesos) - En 365 días el gasto suma $ 8,212.50 pesos, cantidad con la que pueden comprarse 504 litros de leche que, a medio litro por cabeza, alcanzarían para mil ocho niños.

• **"Marlboro"** ($ 26.50 pesos) - Con los $ 9,672.50 pesos que se llevan en un año, nuestra familia de cinco personas podría hacer muchas cosas. Por ejemplo, le alcanzaría para comprar la cantidad de azúcar, frijol y arroz suficiente para un año, cinco pares de tenis, una licuadora, una plancha y quedarían aun unos dos mil pesos para viajes y recreación.

• **"Benson"** ($ 35.00 pesos) - En este caso la suma gastada asciende a 12,775 pesos al año, cantidad que alcanza para pagar la colegiatura de cinco niños (a $ 2 mil cada una), adquirir 23 botellas de aceite y 52 kilos de azúcar y dedicar los 800 pesos restantes a otros gastos.

De quí al año 2000 la sumas se multiplican. ¿Sabe cuánto ahorraría si eliminara la cajetilla diaria?. Pues unos 50 mil pesos si fuma los cigarros más baratos y algo más de un cuarto de millón si es adicto a los más caros. ¿Qué le parece si da mejor uso a su dinero y un poco de aire a sus pulmones?

Cuernavaca: la primavera cuesta caro

A pesar de que el turismo es la principal fuente de ingresos de Cuernavaca —todo el estado de Morelos es visitado por cerca de 21 millones de personas al año—, de este fenómeno se derivan dos problemas fundamentales de la ciudad de la "eterna primavera": escasez y carestía de mercancías.

Considerado como el estado de la República que mayor afluencia de visitantes y turistas recibe —aproximadamente 21 millones de personas al año—, Morelos cuenta con 177 establecimientos de hospedaje, 262 restaurantes, 51 balnearios, 26 discotecas y centros nocturnos, y cerca de 23 mil comercios.

En este marco, en 1981 los turistas y visitantes generaron una derrama de 1,703,216,000 pesos, correspondiendo el 43 por ciento al turismo que se hospeda en el estado (que aporta únicamente el 6.42 por ciento del total de paseantes), el 34 por ciento al turismo que posee casa en Morelos, el 2 por ciento al turismo campestre (con 41.93 por ciento sobre el número anual de visitantes) y el 22 por ciento al paseante de balnearios.

A decir del licenciado Raúl Carbonell, delegado del Instituto Nacional del Consumidor en la entidad, *"el turismo altera mucho la vida de la población, en específico la de Cuernavaca, pues generalmente los paseantes vienen por un día o un fin de semana. En ocasiones ya traen sus alimentos, por lo que los gastos que realizan son mínimos, acaso en la entrada al balneario y en ocasiones ni esto, pues simplemente se van a un lugar campestre y allí se la pasan felices"*.

Agrega que, también frecuentemente, el visitante se provee de mercancías en la capital de Morelos para el consumo de la semana en su lugar de origen, razón por la que frecuentemente hay días en que las mercancías de primera necesidad escasean.

Comercio abundante pero deficiente

Por sus mismas características de región turística, el comercio morelense sobresale por su número —23 mil establecimientos en todo el estado—, sin embargo presenta algunas deficiencias. El licenciado Jorge Gordillo, delegado de la Secretaría de Comercio, apunta: *"nuestro comercio está mal organizado. Antiguamente había tres o cuatro mayoristas que controlaban todo, ahora se ha diversificado la distribución. Pero el comercio de Cuernavaca vende caro, con el pretexto de que es un centro turístico, por lo que el perjudicado es el consumidor local"*.

Un recorrido por Cuernavaca muestra la inmensa cantidad de pequeños establecimientos comerciales que ofrecen todo tipo de mercancías. Sin embargo, la concentración es obvia en el centro de la urbe, donde habitualmente pasean los visitantes. También existen locales de grandes cadenas, que están orientados a satisfacer las necesidades de los fuereños.

El licenciado Carbonell explica que tres son las características del comercio morelense: malos hábitos como comerciantes; poco interés de servicio y de respeto al consumidor;

y falta de formalidad en la entrega de artículos vendidos.

Ante esto, el CP Jesús Rubí Díaz, presidente de la Cámara Nacional de Comercio de Cuernavaca, tras apuntar que su organización cuenta con 5 mil miembros, argumenta que en ocasiones los productores les obligan a vender por encima de los precios y en otras no les entregan las mercancías en las fechas acordadas.

Rubí Díaz acota que es común que los consumidores de Morelos —en especial los de Cuautla y Cuernavaca— se desplacen al Distrito Federal para adquirir sus productos, pues en ocasiones los precios son más bajos en la capital de la República; *"sin embargo, hay que pensar que ese ahorro en los precios se diluye en el tiempo que se pierde en ir al DF y en el pago que en ocasiones se tiene que hacer por el flete"*.

"Rebote" de mercancías

Principal problema en Cuernavaca es la falta de una central de abastos que permita la concentración de las mercancías y su posterior distribución. Actualmente toda la producción agrícola de Morelos se traslada al DF, desde donde se devuelve al mercado "Adolfo López Mateos", de la capital morelense. Obviamente que en este "rebote", los productos ya sufrieron un incremento notable en sus precios.

El licenciado Carbonell apunta: *"Por ejemplo, la cebolla del estado se manda al DF, específicamente a la Merced, donde ya sufre un aumento de precio y después nuestros comerciantes la adquieren en un cierto costo y se la traen para esta ciudad. Imaginemos la increíble cantidad en que se incrementó su precio"*.

Ante este panorama, el gobierno del estado proyecta construir una central de abastos y cuatro mercados periféricos.

En tanto, los productos que se elaboran en el Centro Industrial del Valle de Cuernavaca (Civac) también son remitidos a la ciudad de México, desde donde son distribuidos. Y en ocasiones los precios sufren un incremento en Morelos del 100 por ciento en comparación con los que imperan en la capital del país.

Difusión del INCO

La principal labor del INCO en Morelos ha sido dar a conocer a los morelenses la presencia de esta institución en la región. El licenciado Carbonell explica: *"Primeramente hemos tratado de sensibilizar a los consumidores para que se preocupen de cómo consumen, es decir, que desarrollen su sentido autocrítico de consumo. Posteriormente, les damos a conocer sus derechos, razón por la que desarrollamos campañas a través de los medios de información y celebramos conferencias"*.

El licenciado Adolfo Ochoa Sánchez, delegado de la Procuraduría Federal del Consumidor en el estado, afirma que el público morelense es muy receptivo a los mensajes de orientación y de defensa de sus derechos. *"Es una persona que no se deja, que si ve la viabilidad de quejarse lo hace y, si las instituciones no le fallan, acude con más confianza a denunciar las injusticias"*

En este sentido, las cifras de quejas demuestran el interés del consumidor morelense. Aproximadamente 20 personas diariamente acuden al INCO a solicitar información o a presentar alguna queja. En este caso, el 95 por ciento de las denuncias se resuelven telefónicamente a favor del consumidor, sin necesidad de acudir a la PFC.

En tanto, la delegación de la Secom recibe cerca de 60 o 90 quejas al mes, que significan más de un millón de pesos por aplicación de multas. A su vez, la PFC atiende de 850 a mil quejas mensuales, donde el 94 por ciento se resuelve de conformidad con el consumidor.

Según el presidente de la Cámara de Comercio, en el 20 por ciento de los casos presentados en las instituciones, el comerciante pierde dinero, pues las deficiencias del producto son culpa de los fabricantes.

Así pues, Morelos es un estado de altos contrastes sociales, pues su índice de natalidad es el más alto del país —4.1 por ciento anual—, mientras que el número de subocupados y desocupados es de 81 mil y 57 mil personas, respectivamente.

Sin embargo, los morelenses son muy sensibles a los llamados para que defiendan sus derechos y el índice de alfabetismo entre sus jóvenes es uno de los más altos del país.

Con esta base, es dable esperar que el morelense reoriente sus hábitos de consumo y continúe en ascenso su conciencia como consumidor.

TURISMO EN MORELOS

Es común que los capitalinos se desplacen con frecuencia a Morelos para disfrutar de un descanso de fin de semana. A sólo 60 minutos del DF, Cuernavaca, "la ciudad de la eterna primavera", es el lugar más visitado de todo el estado.

A decir del licenciado Pedro Guillermo Hoth, delegado de Turismo en la entidad, *"el 60 por ciento de la actividad turística estatal se concentra en dos urbes: Cuernavaca y Cuautla, por lo que estamos tratando de impulsar otros sitios regionales"*.

El licenciado Enrique Pérez Bonnin, presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Morelos, puntualiza que los precios en el estado están un 10 por ciento por debajo de los del Distrito Federal, siendo una de las entidades más baratas.

Por su parte, el licenciado Raúl Carbonell, delegado del INCO en Morelos, afirma: *"el vacacionista debe razonar, cuando sale de paseo, primeramente cuánto puede gastar sin afectar la economía familiar; si son necesarias, realizar las reservaciones del hotel con anticipación; hacer análisis de precios; y consumir estrictamente lo necesario"*.

Aconseja también cuidar la limpieza del lugar donde se vacaciona, pues es común que el visitante deje un cúmulo de basura en este sitio.

Cabe decir que para denunciar cualquier tipo de irregularidad en el comercio y en la prestación de servicios, se puede acudir a la oficina del INCO, ubicada en Galeana No. 103, teléfono 2-23-21; a la delegación de la PFC, en Av. Madero 220, col. Mirabal, teléfono 4-25-45; o en la delegación de Secom, en Av. Morelos Sur No. 1211, teléfono 2-02-03.

EL INTERIOR DEL INCO

ALCOHOL Y CONSUMO SUPERFLUO EN LA FERIA DE SAN MARCOS

Famosa en todo el país es la Feria de San Marcos, de la ciudad de Aguascalientes, que este año se llevó a cabo del 18 al 26 de abril. A decir de los investigadores del Instituto Nacional del Consumidor que llevaron a cabo un estudio de "Actitudes, opiniones y preferencias sobre la Feria Nacional de San Marcos", el consumo en este evento se ha canalizado principalmente a la diversión, comidas y bebidas alcohólicas.

En este sentido, se realizó una encuesta entre 232 personas del estado, donde el 23 por ciento anotó que le disgusta el excesivo consumo de alcohol.

Asimismo, con motivo de la feria, el 4 por ciento de los entrevistados faltan un día a su trabajo, el 8 por ciento faltan dos días y otro 8 por ciento lo hace más de dos días.

Paradójicamente, a pesar de los altos precios en los establecimientos que se localizan en la feria, sólo el 3 por ciento de los encuestados pidió un control y vigilancia de precios.

Asimismo, se anota que el gasto que hacen los habitantes del estado en la compra de ropa para usarse en la feria es muy significativo, pues el 42 por ciento realiza este tipo de egresos.

Por otra parte, el 44 por ciento recibe invitados en su casa, lo que implica también otra sangría para la economía familiar.

A fin de orientar al consumidor, el INCO realizó durante el lapso que duró la feria, una intensa campaña de radio cuyos textos fueron los siguientes: "De la Feria de San Marcos van saliendo los quebrados". "No consuma con abuso y cuide sus centavos" y "En la Feria de San Marcos, cuidé su 'feria'".

Por último, qué bueno que los consumidores se diviertan, pero es necesario pensar antes de gastar y no derrochar el salario de toda una quincena en sólo unos días y, peor aún, de manera inconsciente e irreflexiva.

DURANGO: ¿VIDA DE PERROS?

Según datos del Sistema Alimentario Mexicano, de cada 100 mexicanos, 12 nunca comen carne, 17 no consumen huevo, 14 no comen pan de trigo, 23 no beben leche y 34 no ingieren pescado, por lo que se infiere que 19 millones de compatriotas padecen una grave desnutrición.

Aunado lo anterior a la actual crisis económica por la que atraviesa el país, es una verdadera agresión a los mexicanos la invitación que el centro comercial "Soriana", de la ciudad de Durango, realiza a todos los perros para que asistan al *"gran banquete Fido, donde se darán cita los más finos perros"*, *"lo más granado del Jet-Set canino"*.

Si bien no se está en contra del llamado mejor amigo del hombre, ni de que algunas personas brinden la mejor alimentación posible a este animal, sí es una paradoja que mientras existen millones de mexicanos que ni siquiera alcanzan a cubrir los niveles mínimos de nutrición, haya un centro comercial que invite a los perros a disfrutar de todo un banquete. Cosas que suceden: los canes están mejor alimentados que algunos miles de mexicanos marginados.

"MARAVILLOSOS" FRAUDES EN CANCUN

Por: Tere Colón (Cancún, Quintana Roo)

Si bien es cierto que por Cancún, Quintana Roo, el país obtiene una buena cantidad de divisas, no podemos olvidar que en ocasiones el turismo y el contacto con otras maneras de vivir son pretexto para deformar los hábitos de consumo de la población.

Una muestra de ello es la insultante y tramposa publicidad que realizan los productores, así como los múltiples engaños que sufre el consumidor al que le ofrecen maravillosas formas de hacerse millonario de la noche a la mañana.

En un reciente muestreo que realizamos de 18 anuncios de una publicación, en siete encontramos que en sus encabezados llevan la palabra *dinero* y en otros la llevan incluida en el texto; lo cual es un juego bastante sucio para un pueblo que en su mayoría carece de lo indispensable y que con sólo ese llamado de atención puede caer en la trampa de los embaucadores, pues si analizamos algunos de ellos, descubriremos entre líneas el más impune fraude.

Todos estos anuncios tienen varias características en común que dan en qué pensar:

1) Ninguno ofrece garantía.
2) Ninguno implica contrato que ampare al consumidor.
3) Todos dicen *lo que no es*, pero nunca aclaran *lo que es*.

Por ejemplo, uno de ellos, promocionado por la Compañía PROICO, S.A., reza así: "Gane treinta mil pesos mensuales... No son fórmulas, métodos, libros, ni papelería inútil; es un trabajo legal, serio y honrado...". Si en efecto lo es, ¿por qué no dicen de qué se trata?

Otro dice: "Conozca mi secreto para ganar dinero en poco tiempo... Este secreto es algo exclusivo, sencillo y honesto". Tan honesto que ni siquiera indica si se trata de un libro de consejos o de un manual para aprender a robar.

Otros encabezados que engañan a los consumidores son los que en grandes letras anuncian *"Gratis"*, para después leer en letras minúsculas que lo que es gratis es un llavero, a cambio de mandar hacer el cartel de un ser querido; y para colmar el mal gusto, aclaran que también pueden amplificar la foto de "un ser querido ya fallecido".

La palabra *triunfo* también es un ofrecimiento para mejorar las condiciones económicas individuales, para tales casos, ni más ni menos, ofrecen cursos "científicos" de control mental, de supermente, hipnotismo, aún cuando sabemos que estas cuestiones no son aceptadas como científicas y, además, los que las aceptan como posibles reconocen que debe existir una sensibilidad especial para ejercerlas, y pensamos que la sensibilidad no se vende junto con el curso.

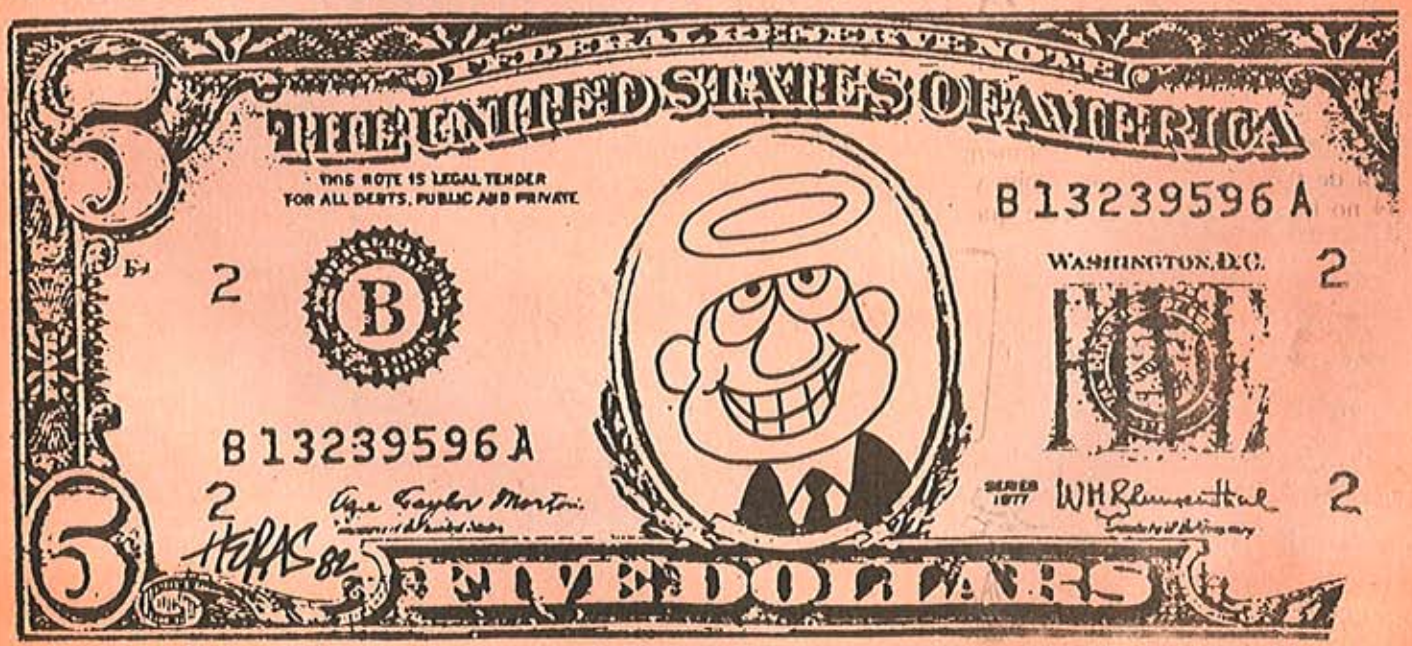
A propósito de cursos, éstos son una veta inagotable para los timadores. Pues por medio del correo, prometen enseñar carreras que son fundamentalmente de práctica o de laboratorio. Nos preguntamos: ¿las dudas que surjan ante un manual que sólo entendería un especialista, las cobrarán por separado o estarán incluidas en el curso?

Y aun suponiendo que un terco consumidor estudiara y atendiera (que es lo más improbable) un curso técnico por correspondencia: ¿qué título o reconocimiento le ofrecen entregar al terminar? ¿Y quién lo examina para corroborar su aptitud?

Pero el más asombroso de todos los cursos es el referente a "entrenamiento en tierra para piloto privado". Es buena la aclaración de que es un entrenamiento en tierra, para que nunca se le ocurra volar al incauto que caiga en semejante tontería, a menos que se trate de de preparar "pilotos para estufas".

La nota indignante, además de lo absurdo, está en que todas las direcciones señaladas para que seamos engañados son de los Estados Unidos de Norteamérica.

En fin, abramos bien los ojos para que no caigamos en este tipo de fraudes y busquemos alternativas educativas en las instituciones oficiales.



Sepa cómo defenderse

Es probable que, en algún momento, usted haya padecido un abuso por parte de un proveedor de bienes o un prestador de servicios. Por fortuna, cada vez son más los consumidores que no se dejan y defienden sus derechos apoyados en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Y es que en los tiempos que corren, quien mejor conozca la ley más armas tendrá para defenderse. Por supuesto, no se trata de que el consumidor se aprenda de memoria todos y cada uno de los artículos de esta legislación; se trata, más bien, de que conozca cuáles son los abusos más frecuentes y pueda recurrir a los artículos que lo amparan.

Fue así que consultamos a quienes atienden las quejas diarias del público en el Instituto Nacional del Consumidor; y éstos fueron los artículos que más frecuentemente utilizan para la defensa de los quejosos. Conocerlos puede ser de utilidad, en la inteligencia de que el mejor inspector es el propio consumidor.

(El interior de una joyería)

Consumidor: Oiga, me falta mi factura.

Joyero: No, esto no lleva factura.

Consumidor: ¿Cómo que no? Si estoy pagando bastante dinero por este anillo.

Joyero: Sí, pero si le doy factura se lo tengo que dar más caro, ¿no ve que se tiene que cargar el IVA?

El consumidor se va sin su factura y a los pocos días descubre que el anillo que compró no es de oro. Como no hay factura, no puede reclamar.

Aviso: El consumidor debió exigir la factura, apoyado en el artículo 38 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que dice: **"El consumidor tiene derecho a exigir facturas o comprobantes, los cuales deberán contener los datos específicos de la compraventa, del servicio recibido, o en general, de la operación realizada. Dichas facturas o comprobantes deberán cumplir con las disposiciones fiscales aplicables".**

Una tintorería como muchas otras de la ciudad. Un mostrador, una enorme plancha en la parte posterior y un largo tubo de donde cuelgan pantalones, trajes, faldas, etc. ¿Y los precios?. Ah, los precios... sólo los conoce el consumidor cuando llega a recoger la ropa, pues no existe una tarifa a la vista del público. Y esto ocurre no sólo con tintorerías, sino con talleres, estacionamientos y todo tipo de establecimientos que prestan servicios.

Ellos no lo saben —o tal vez sí— pero los establecimientos a que nos referimos están violando el artículo 42 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que dice: **"En todo establecimiento de prestación de servicios deberá fijarse la tarifa de los principales a la vista del público, con caracteres claramente legibles".**

¿CUANDO?

Seguramente le ha sucedido; usted lleva su automóvil al taller y prometen tenérselo listo 'sin falta' el lunes. Va el lunes por él y le salen con que 'venga mañana'. Lo mismo le dicen el martes, el miércoles, el jueves y el viernes. Y mientras tanto usted sigue 'a pie'.

Es bueno que sepa que esto constituye una violación al artículo 52 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que dice: **"Todo proveedor de bienes y servicios estará obligado a respetar los términos, plazos, fechas, condiciones, modalidades, reservaciones y circunstancias conforme a las cuales se hubiere ofrecido o se hubiere convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio".**

Uno va por el Periférico. Tranquilo porque hace dos semanas le cambiaron el chicote del acelerador al automóvil. De pronto, uno siente que el pie derecho se va hasta el fondo, sin resistencia. Se volvió a romper el chicote.

Uno necesita alquilar una grúa para llevar el auto nuevamente al taller. Allí dicen que tienen mucha 'chamba', que se tardarán tres días en arreglarlo y que cobrarán el servicio y las refacciones. Pero uno conoce la Ley y exige que hagan la reparación sin costo y que paguen la grúa y el alquiler de un coche que usará mientras entregan el de uno.

¿Cuestión de magia? No, del artículo 40 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que dice: **"Si dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que fue devuelto el producto al solicitante del servicio, presenta deficiencias relacionadas con la reparación de que fue objeto, e imputables al prestador de servicio, éste tendrá obligación de repararlo de nueva cuenta y sin costo adicional, en el plazo estrictamente necesario. Si se otorgó garantía por mayor lapso se estará a este término para reclamar la deficiencia de la reparación.**

En este caso, el prestador del servicio deberá cubrir al solicitante del mismo una cantidad al importe que éste hubiera tenido que erogar por el alquiler del producto durante el tiempo que dure la nueva reparación, más los daños y perjuicios ocasionados".

Escenario: la puerta de un elegante restaurante con nombre francés. Personajes: un recepcionista (impecablemente vestido, como 'para ir de boda') y un consumidor (vestido con un pantalón café y una playera amarilla).

"Lo siento mucho señor —dice mecánica y 'respetuosamente' el hombre de frac— pero no puede pasar sin corbata".

Los argumentos del consumidor —"el disfraz no significa nada, traigo dinero para pagar, esto es discriminación, etc."— rebotan en el recepcionista. "Sólo cumplo órdenes", insiste monótonamente.

Veredicto: El consumidor tiene la razón, pues el artículo 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor dice: **"Los proveedores de servicios que ofrezcan éstos al público en general, no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, reserva al derecho de admisión y otras prácticas similares, salvo causas plenamente justificadas en cada caso que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, o que se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos".**

Es probable que usted haya visto por televisión el anuncio de un chicle que hace bombas gigantescas, o de un detergente que en segundos limpia la ropa o los trastes. Y al comprar el producto descubre que éste no tiene las virtudes que los publicistas pregonaban.

Pues bien, esto constituye una violación al artículo 5 de la Ley Federal del Consumidor, que dice: **"Es obligación de todo proveedor de bienes o servicios informar veraz y suficientemente al consumidor. Se prohibe, en consecuencia, la publicidad, las leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el origen, componentes, usos, características, y propiedades de toda clase de productos o servicios".**

—Señorita, ayer compré este suéter y no me quedó; quiero cambiarlo.

—Lo siento. Salida la mercancía no se admite devoluciones.

—Pero señorita... si apenas lo compré ayer; está bueno el suéter, lo que pasa es que no me queda.

—Yo no tengo la culpa de que no se fije. No podemos cambiárselo, es la política de la empresa.

Si le pasa esto, apóyese en el artículo 19 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que dice: **"En caso de que el consumidor o el proveedor incurra en error tratándose de la venta de un bien, uno y otro tendrán derecho, dentro de los tres días hábiles siguientes a la celebración del contrato, al cambio o a la bonificación del valor de la cosa por la compra de otra".**

Usted siente que el mundo se le viene encima. Es esa sensación de impotencia al saberse a merced del vendedor. Ha comprado una casa y pagó por ella un fuerte enganche. Aun así, las mensualidades son altísimas y no sabe por qué. A pesar de los malos modos del vendedor, usted adquiere aplomo y le pide explicación detallada de todos los gastos; así descubre que los intereses se los están cobrando sobre el total del precio de la casa, incluido el enganche.

Pero usted no se deja y apela al artículo 21 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que dice: **"En los contratos de compraventa a plazos o de prestación de servicio con pago diferido, se calcularán los intereses sobre el precio de contado menos el enganche que se hubiere pagado".**

Escenario: una panadería. Actores: una empleada con cara de pocos amigos y usted, que va a comprar leche. Al pretender pagar, la empleada le suelta el consabido "no puede llevarse la leche si no compra pan", y entonces surge el interrogante: ¿llevar pan o dejar la leche?

Solución a la interrogante: lleve la leche y deje el pan. La Ley Federal de Protección al Consumidor lo ampara en su artículo 14, que dice: **"No podrá condicionarse la venta del producto o la prestación del servicio a la adquisición o contratación de otro".**

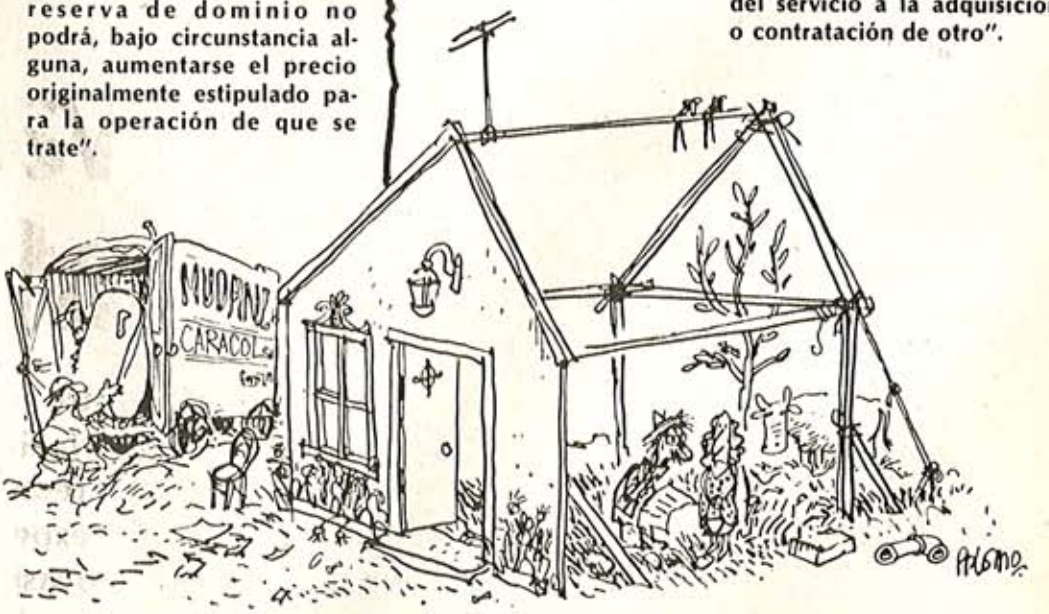
Escena frecuente en las elegantes oficinas de cualquier inmobiliaria:

Ejecutivo de la inmobiliaria: Señor, como han subido los materiales, los salarios, la gasolina, los refrescos, los cigarros y, usted sabe, la devaluación, vamos a tener que ajustar el precio de su casa. En atención a que usted ha sido un buen cliente sólo le subiremos el 46 por ciento.

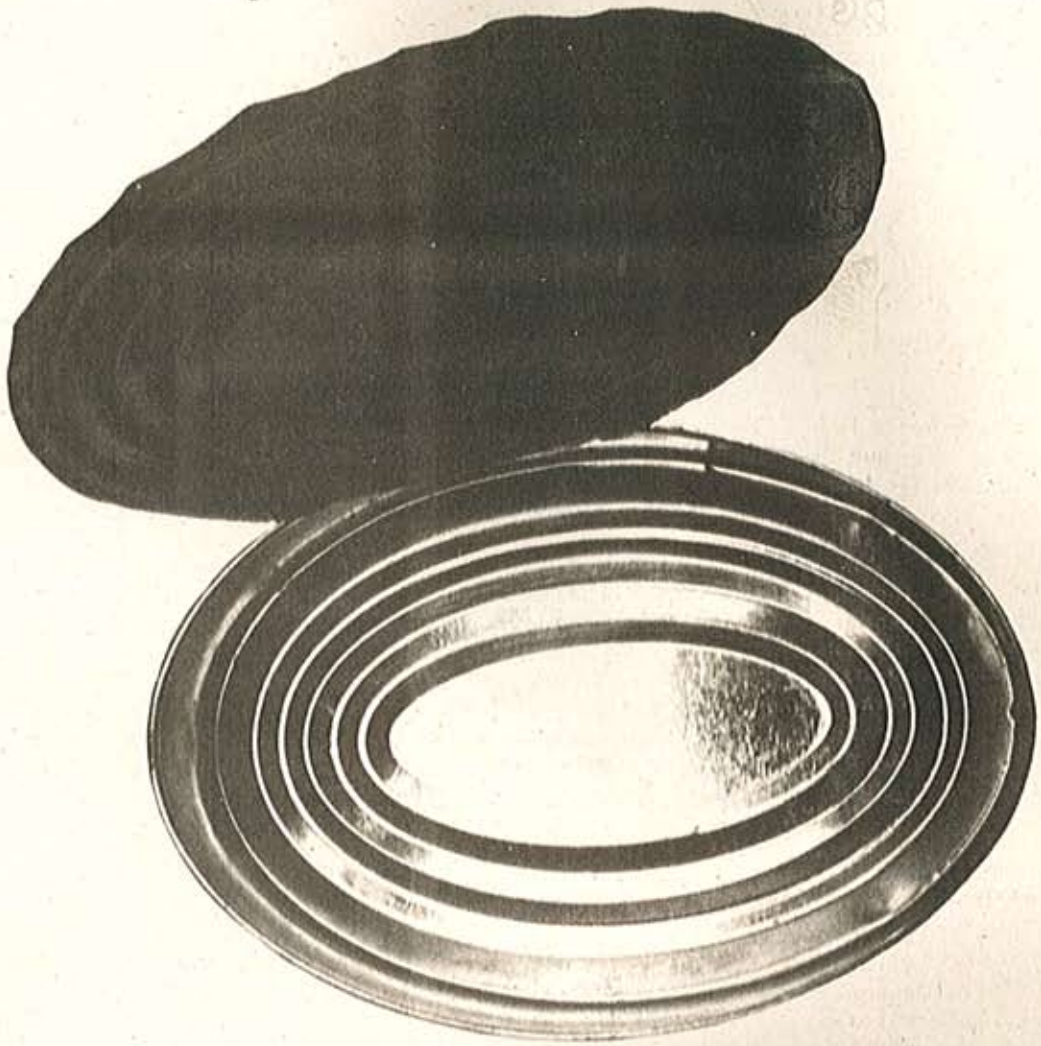
Consumidor: Discúlpeme, pero ya está firmado el contrato y ya tengo un año de estar pagando. No me pueden subir el precio nada más porque sí.

Ejecutivo: Lo siento mucho, pero es la política de la empresa. Si no paga no le podemos entregar su casa...

Solución: El consumidor recurre al artículo 27 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que dice: **"En la compraventa a plazos o con reserva de dominio no podrá, bajo circunstancia alguna, aumentarse el precio originalmente estipulado para la operación de que se trate".**



—¡@Z#!...Y PAGAMOS POR "VIVIR EN LAS AFUERAS Y ESTAR EN CONTACTO CON LA NATURALEZA"..¡@#rzni! HEMOS SIDO ENGAÑADOS POR UNA PUBLICIDAD FRANCA, HONESTA Y REALISTA!



Algunos envases son una lata

En días pasados se llevó a cabo en nuestro país la I Muestra Alimentec 82 y el I Concurso Nacional de Diseño de Envases para Alimentos. Se reunieron diseñadores, tecnólogos en alimentos y expertos en envasado y embalaje. Aprovechamos la ocasión para platicar con algunos de ellos y penetrar en el interior de los envases con el fin de descubrir cómo elegir los más adecuados y para reconocer aquellos que pueden provocar daños a la salud.

Es ya una escena cotidiana: el consumidor que compra una lata de chiles no sabe si está pagando más por la hoja de lata o por el producto.

Y es que, aun cuando los enlatados ya se han convertido en necesarios en diversas circunstancias, resulta significativo el alto costo que muchas veces representan y el papel publicitario —más que informativo— que generalmente juegan.

Estudios realizados por los Laboratorios Nacionales de Fomento Industrial (Lanfi) señalan que, en promedio, el consumidor paga un 40 por ciento del precio por el contenido y un 60 por ciento —o 70 por ciento en presentaciones pequeñas— por el envase.

Esto significa que quien adquiere una lata de chiles de 100 gramos a 6.50 pesos, paga 1.95 por lo que se va a comer y 4.55 por la hoja de lata que se tirará a la basura.

Al respecto, en el marco de la I Muestra Alimentec 82 celebrada recientemente en México, el doctor

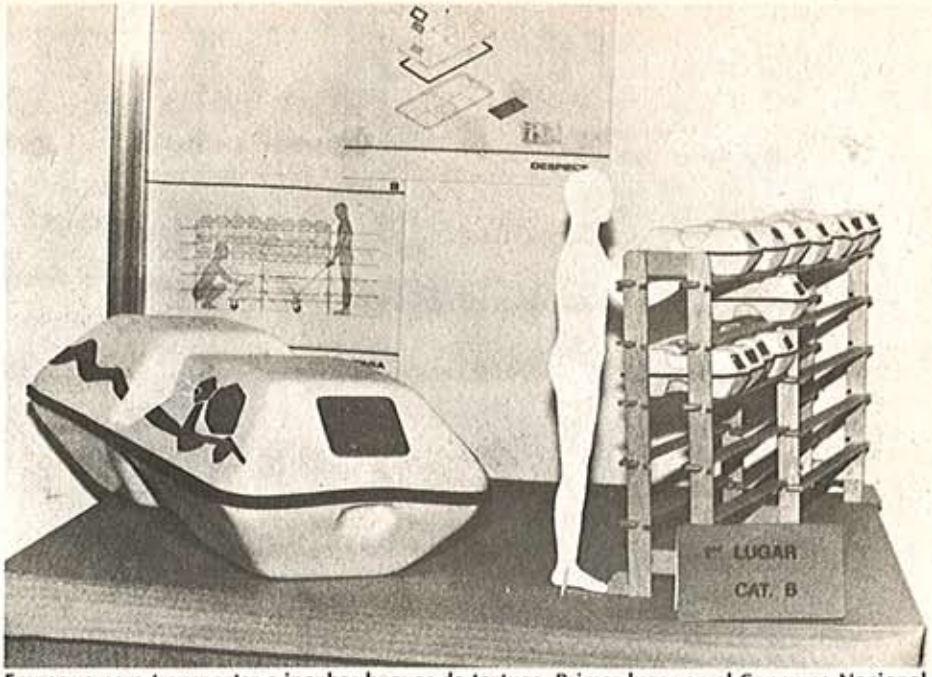
Juan Antonio Carreaga, director de Lanfi, comentó que el envase debiería representar sólo el 15 por ciento del costo de un producto.

Por su parte, el ingeniero en tecnología de alimentos y maestro en la ENEP Cuautitlán, Fernando Maya, explica que por falta de tecnología apropiada se encarecen los envases.

"Muchos de los industriales mexicanos —comenta a su vez el diseñador industrial Carlos Daniel Soto- **acuden a las ferias internacionales de tecnología en alimentos, pero no para comprar maquinaria nueva, sino para adquirir la que desechan las compañías que sí compran".**

Según reportes de Lanfi, otro factor que encarece el envase es la falta de hoja de lata en nuestro país. Apunta que en 1980 se produjeron 134 mil toneladas y debieron importarse 270 mil de este material.

Esto origina que, por ejemplo, el litro de refresco enlatado cueste 21.97 pesos, mientras que la misma cantidad de refresco embotellado —en envase retornable— cuesta 12.67, según refiere el diseñador Soto. Claro que si la botella es no retornable el precio se eleva considerablemente, como en el caso del Tehuacán, que se vende a 39.80 pesos el litro (precios a abril de 1982).



Empaque para transportar e incubar huevos de tortuga. Primer lugar en el Concurso Nacional de Diseño de Envases de Alimentos.

No ocurre lo mismo con los envases de leche en donde, a decir de Víctor Sánchez, técnico de Purepac Mexicana, la bolsa de plástico de un litro sale en 55 centavos, y el cartón encerado, con la misma capacidad, en 1.70 pesos.

Volviendo al caso de las latas, el ingeniero Fernando Maya recomienda adquirir, en la medida de lo posible, la presentación más grande pues se paga menos por el envase. Cita el ejemplo de los chiles que en presentación de 100 gramos se pagan a 65 pesos el kilo; en cambio, las latas de 450 gramos cuestan 37.57 pesos el kilo.

Los envases entran al aro

Y más allá del precio que se paga por un pedazo de cartón o de hojalata, existe la necesidad de una correcta normalización, para que el consumidor no se confunda en una

CON PETROLEO TAMBIEN SE ENVASA

¿Sabe que, muy probablemente, usted guarda petróleo en la alacena de su cocina?

Sí, en esos envases plásticos donde vienen algunos alimentos. Y es que los materiales tradicionales con que todavía se envasan muchos comestibles —como vidrio, cartón u hoja de lata— están cediendo el paso a los materiales derivados del petróleo.

Un estudio de los Laboratorios Nacionales de Fomento Industrial, titulado "Pronóstico a corto y mediano plazo del consumo de envases y embalajes en la República Mexicana", señala que el polietileno de baja densidad se utiliza en la fabricación de bolsas comerciales, envolturas y sacos. Y con el polietileno de alta densidad se elaboran botellas, tapas, recipientes, cajas cubetas y pronto sustituirá a los grandes recipientes de acero y hojalata.

Además, el 20 por ciento de la producción de cloruro de polivinilo (PVC) —otro derivado petrolero—, calculada este año en casi 100 mil toneladas, se destina a la fabricación de botellas, tapaderas, envases cerveceros y muebles. También los vasos desechables y el recubrimiento de los envases lácteos contienen petróleo, bajo la forma de poliestireno.

Por eso es por lo que el ingeniero Fernando Maya, tecnólogo en alimentos y maestro en la ENEP Cuautitlán, señala que **"las personas deberíamos contribuir para que los envases se reciclaran; sobre todo porque muchos de los materiales utilizables provienen de recursos no renovables como el petróleo".**

Este diseño obtuvo el segundo lugar en el Concurso Nacional de Diseño de Envases para Alimentos. Lo realizó un equipo encabezado por Hèctor Flores Magón y consiste en un frasco artesanal de cerámica que sirve para envasar miel. El proyecto se hizo pensando en los productores de Ciudad del Carmen, Campeche —región en donde abunda la cerámica— quienes necesitaban envasar la miel para enviarla a algunas ciudades del país y del extranjero.

intrincada selva de presentaciones, marcas y etiquetas distintas.

Al respecto, el diseñador industrial Rafael Cal y Mayor, coordinador del I Concurso Nacional de diseño de envases para alimentos, dentro de Alimentec 82, señala que **"la Secom, a través de la Dirección de Normas Comerciales, ha empezado a regular el tamaño y contenido de los productos".**

Y es que, agrega Carlos Daniel Soto, **"los envases no deben utilizarse como un medio de publicidad, pues en las etiquetas es más visible la marca que las indicaciones del contenido".**

ENVASES INCOMPLETOS

Un estudio de la Subdirección Técnica del INCO acerca del contenido y etiquetado de diferentes productos enlatados detectó que hay serios faltantes en algunos casos.

Estos son los resultados obtenidos en la verificación del contenido neto a que fueron sometidas las muestras:

Sólo las marcas Iberia y Embasa cumplieron totalmente con el contenido declarado en la etiqueta. En cambio, marcas como La Torre y Vermex solamente cumplieron en el 46.43 y 38.10 por ciento de los casos, respectivamente.

En cuanto al etiquetado, todas las muestras analizadas se apegaron a las normas correspondientes.

El estudio, realizado en febrero de 1982, analizó siete muestras de cada producto, adquiridas en diferentes establecimientos comerciales del área metropolitana. Así, fueron un total de 619 latas con 31 pesos diferentes, correspondientes a 15 marcas comerciales.

MARCAS	MUESTRAS ANALIZADAS	PORCENTAJE QUE CUMPLE CON EL CONTENIDO DECLARADO	PORCENTAJE QUE NO CUMPLE CON EL CONTENIDO DECLARADO
Vermex	21	38.10	61.90
La Torre	28	46.43	53.57
La Costeña	46	58.70	41.30
La Cumbre	63	60.32	39.68
Camporrico	7	71.43	28.57
Calmex	14	78.57	21.43
Del Centro	6	83.34	16.66
Mission	7	85.72	14.28
Del Fuerte	35	91.43	8.57
Herdez	124	91.93	8.06
Clemente Jacques	103	92.24	7.76
Libre	14	92.86	7.14
Del Monte	130	96.93	3.07
Iberia	14	100.00	0.00
Embasa	7	100.00	0.00

[Información: Subdirección Técnica INCO]

El ingeniero Maya, por su parte, sugiere que las compañías compitan en calidad **"y no por lo atractivo del envase, ya que un envase atractivo puede darle una buena imagen a un buen producto, y un mal envase, por bello que sea, en lugar de preservar el producto y facilitar su manejo puede echarlo a perder".**

El peligro de un mal envase

Y es importante señalar que un envase inadecuado —o mal tratado— puede causar serios daños a la salud.

Si la tapa está abombada significa que el proceso de envasado no se realizó higiénicamente y es posible que el producto contenga la bacteria "clostridium botulinum", causante del temido botulismo. Si no se atiende de inmediato, este mal puede llevar incluso a la muerte.

Otro riesgo lo constituye el llamado saturnismo, enfermedad provocada por el plomo qûe llega a desprenderse en el interior de las latas. Este mal se manifiesta por provocar una coloración azulosa en las uñas y un debilitamiento progresivo del individuo. Para no correr estos riesgos, conviene desechar las latas que estén abolladas y que, por lo mismo, puedan haber desprendido plomo en el interior al golpearse.

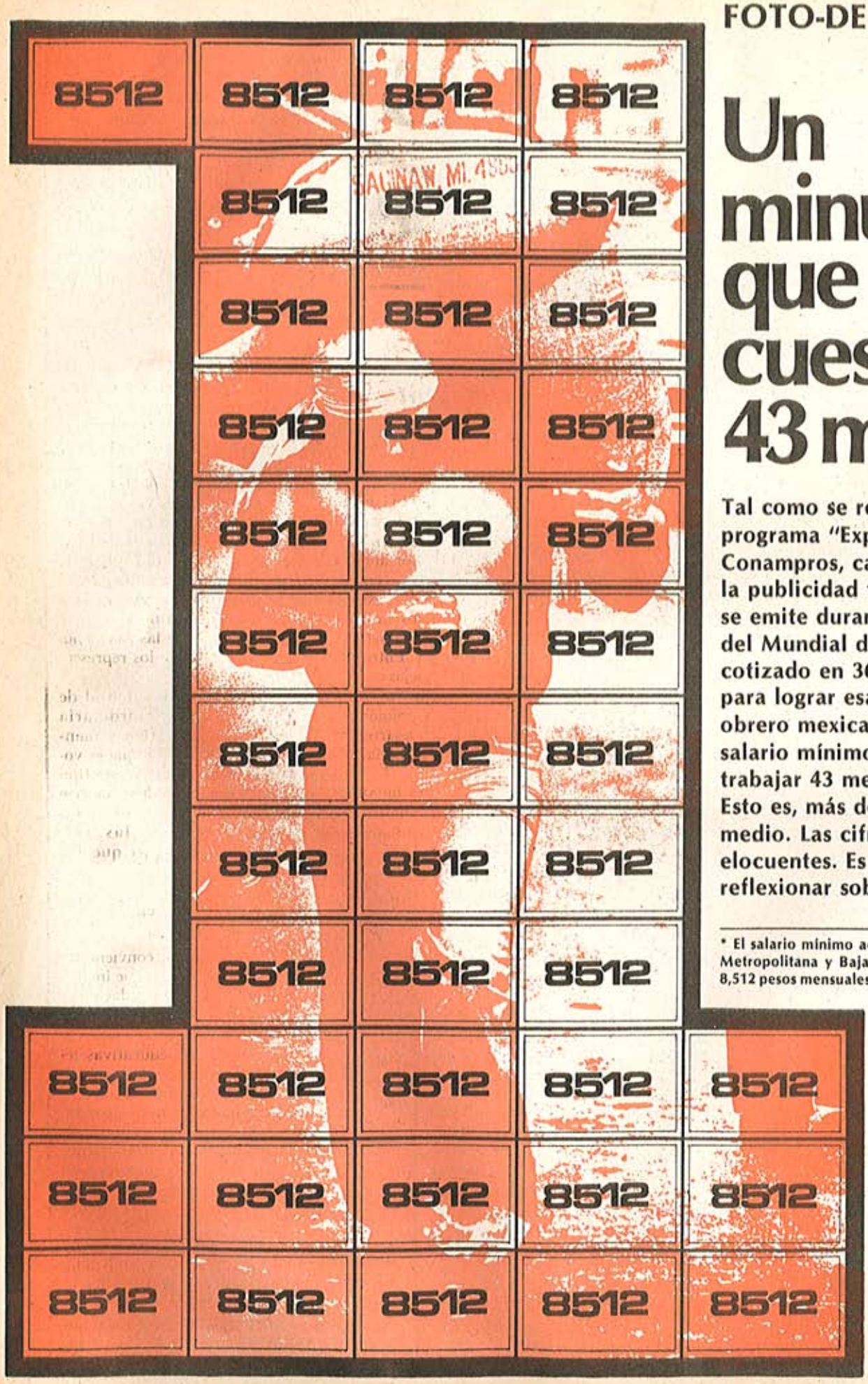
Por supuesto, la salud exige un estricto control por parte de los fabricantes. Sobre todo si tomamos en cuenta que el Departamento de Graduados e Investigación de Alimentos del IPN encontró, en el 100 por ciento de las muestras analizadas, que los chiles en vinagre enlatados contienen más de 0.3 partes por millón de plomo (límite máximo recomendado por las organizaciones Mundial de la Salud (OMS) y para la Agricultura y Alimentación (FAO)).

En todos los casos, el ingeniero Maya recomienda comprobar el buen estado de los productos enlatados antes de consumirlos. Por ejemplo, si los alimentos están blanquecinos en su parte superior, los cereales apelmazados o los jugos decolorados, no deben consumirse.

Por eso, la próxima vez que vaya al "super" lea detenidamente las etiquetas, cerciórese de que el envase no esté maltratado y desconfíe de las presentaciones ostentosas; por el bien de su bolsillo y de su salud.

[Información Abigail Cervantes]

FOTO-DENUNCIA



Un minuto que cuesta 43 meses

Tal como se reveló en el programa "Expresión", de Conampros, cada minuto de la publicidad televisiva que se emite durante los partidos del Mundial de Futbol se ha cotizado en 366,000 pesos. Y para lograr esa suma, un obrero mexicano que gane el salario mínimo * debe trabajar 43 meses completos. Esto es, más de tres años y medio. Las cifras son elocuentes. Es útil para todos reflexionar sobre ellas.

---

* El salario mínimo actual para el D.F., Zona Metropolitana y Baja California Norte es de 8,512 pesos mensuales.

Consumidor Prevenido Vale por 2

Cuando la educación es el negocio

Durante el año lectivo que terminó recientemente, en el Instituto Pedagógico América aumentaron las colegiaturas en más de un 100 por ciento —de 1,400 a 3,000 pesos— y obligaron a los alumnos a adquirir los libros y uniformes en el plantel. Este tipo de abusos son ya habituales en algunas escuelas particulares, pero lo que cae en el absurdo es el motivo de la queja que un padre de familia —que por un natural temor a represalias prefirió omitir su nombre— presentó en la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC): si un alumno es sorprendido hablando en español recibe una multa de 10 pesos. Aunque no parezca, esta escuela se localiza en México, más concretamente en Retorno Acueducto de los Remedios 19, Naucalpan, estado de México.

Otro plantel —la Escuela Técnica Modelo, ubicada en Villa de Cortés— dista mucho de ser un modelo de cortesía. En una asamblea fantasma acordó cobrar una cuota extraordinaria de 2,500 pesos a cada alumno. **"Como usted no estuvo presente** —decía la circular enviada a los padres de familia— **se le requiere el pago de la cuota extraordinaria y en caso de no estar conforme con el presente aumento presentarse en la escuela a manifestarlo en un plazo no mayor de cinco días apercibiéndolo de que de no hacerlo, lo consideraremos como desacato a los acuerdos de la comunidad escolar, con las consecuencias del caso".** (La redacción es textual de la circular).

Un verificador de la PFC acudió a investigar y lo único que recibió fueron insultos del director, quien además expulsó al azar a cinco alumnos del plantel por considerar que lo habían traicionado al presentar la queja en la PFC.

Algo similar ocurrió en la escuela Lasalle, donde se decretó arbitrariamente un aumento y se amenazó a los alumnos con expulsarlos si visitaban la PFC.

Como éstas, muchas otras quejas se han recibido en la Procuraduría Federal del Consumidor contra escuelas particulares. Y es que, lamentablemente, para muchos la educación es motivo de lucro.

Informes de la PFC apuntan que antes de concluir el pasado ciclo escolar se recibieron múltiples denuncias por aumentos en las colegiaturas —entre un 40 y 80 por ciento—, así como por malos servicios en laboratorios, canchas deportivas y transporte escolar. **Entre las escuelas con más quejas están Lasalle** (Bulevares y Arboledas), **Instituto Maddox, Simón Bolívar, Instituto de Desarrollo Infantil y Guardería Iberia.**

Por todo esto es importante que los padres de familia sepan que las cuotas mensuales y de inscripción deben comunicarse 30 días antes de que se inicie el período de inscripciones y reinscripciones. **Además, el plantel está obligado a no modificar las cuotas dentro de un mismo período escolar.**

Con respecto a las cooperaciones extraordinarias, o a pagos por otros conceptos, es bueno saber que antes de ser aprobados deben someterse a la consideración de los padres de familia, o de las asociaciones o grupos que los representen.

Además, cada solicitud de cooperación extraordinaria expresará su destino y mencionará claramente que es voluntaria. El cobro de este tipo de cooperaciones debe hacerse bajo la vigilancia de los padres de familia, o de las asociaciones o grupos que los representen.

Los requisitos legales también cuentan

Por otra parte, conviene saber que las escuelas que imparten primaria o secundaria necesitan una autorización expresa y previa por parte de las autoridades educativas federales o estatales.

De igual manera, las escuelas que imparten capacitación para el trabajo, educación media superior o media terminal y superior, necesitan un reconocimiento de validez oficial otorgado por las autoridades educativas federales o estatales; o bien, por organismos públicos descentralizados como es el caso de las universidades oficiales.

Por su parte, las escuelas que imparten otros estudios, como las academias comerciales, de

RECOMENDACIONES

— Verifique la situación legal del plantel para evitar problemas futuros en la educación de sus hijos. Exija que le muestren los documentos que amparan la situación de la escuela.

— Participe en la asociación de padres de familia que le corresponda y exprese libremente sus criterios y opiniones.

— Recuerde que las alzas de colegiatura deben ser convenidas entre la escuela y los padres de familia. En todo caso, deben plantearse con una anticipación de, por lo menos, 30 días al inicio de inscripciones. No tolere abusos.

— No permita que le aumenten las cuotas dentro de un mismo período lectivo.

— En casos estrictamente necesarios, en los que se requiera una cooperación extraordinaria, el monto deberá acordarse con los padres de familia. La cooperación deberá estar plenamente justificada por la escuela.

— Cualquier irregularidad que detecte comuníquela a la Secretaría de Educación Pública, al teléfono 657-13-01, o a la Procuraduría Federal del Consumidor al 761-38-11.

baile, de idiomas, etc, no requieren reconocimiento de validez oficial. En cambio, necesitan contar con un registro en la Secretaría de Educación Pública para poder operar. Cabe señalar que estas instituciones deben hacer constar —en su documentación y en su publicidad— que los estudios que ofrecen no tienen reconocimiento de validez oficial.

En suma, aun cuando no todas las escuelas particulares presentan irregularidades, conviene pensar muy bien en donde inscribir a sus hijos. No lo haga en donde no cumplan los requisitos legales correspondientes; y si tiene la mala fortuna de padecer alguno de los abusos aquí señalados, o alguno otro que atente contra usted o sus hijos, no se deje, denúncielo oportunamente y sin temor. Sólo así lograremos que la educación deje de ser motivo de lucro para algunos.

(Información: INCO y PFC)

A mitigar el calor con helados caseros

Hacer nieves y helados en casa es una tarea sencilla y tiene la ventaja de que pueden aprovecharse las frutas de la estación, con lo cual resultan más económicos, sin merma de su valor nutritivo.

Aunque su preparación es más fácil cuando se cuenta con las máquinas específicas para su elaboración —manuales o eléctricas— también pueden fabricarse con la simple ayuda del congelador y un poco de paciencia para batir. En esos casos, dos o tres charolas de las que se usan para hacer cubitos de hielo son siempre indispensables.

Helado de fresa. Para hacerlo se necesita 1/2 kilo de fresas frescas, 12 malvaviscos grandes, 3/4 de taza de azúcar, 1 cucharadita de jugo de limón, 2 tazas de crema espesa y una cucharada de extracto de vainilla.

A las fresas se les quitan tallos y hojas y se lavan perfectamente para después ponerlas con los malvaviscos, el azúcar y el jugo de limón en una cacerola grande que se coloca a fuego lento por espacio de 10 a 15 minutos, moviendo el contenido de vez en cuando hasta que se forme una mezcla homogénea que después se cuela, se deja enfriar un poco y se mete al refrigerador.

Por otro lado se bate la crema hasta formar picos duros y se añade a la mezcla poco a poco sin dejar de batir. También se agrega la vainilla.

Esta preparación se coloca en charolas del congelador —de las antiguas, sin divisiones— por espacio de una hora. Después se saca del congelador y se bate —si se puede, con batidora eléctrica o licuadora— por unos minutos y se vuelve a meter en el congelador hasta el momento de servir.

Con estos ingredientes se obtiene cerca de litro y medio de helado. El mismo procedimiento y la misma proporción de ingredientes se usan para hacer helado de cualquier otra fruta.

Helado de vainilla. Se requiere 1/2 taza de azúcar, 1/4 de cucharadita de sal, 4 yemas de huevo ligeramente batidas, 2 tazas de leche homogeneizada y escaldada, 1 taza de crema espesa y 2 cucharaditas de extracto de vainilla.

En una cacerola se mezcla el azúcar, la sal y las yemas, agregando la leche (hervida pero fría) poco a poco sin dejar de mover. Todo esto se pone a baño maría sin dejar de mover.

Posteriormente la mezcla se cuela, se deja enfriar y se mete al refrigerador. Cuando ya está bien fría se añade la crema batida (con picos duros) y la vainilla y se siguen los pasos finales de la receta anterior.

Nieve de limón (puede hacerse de cualquier otro cítrico: naranja, toronja, mandarina). Se necesitan 3 tazas de agua fría, 1 taza de azúcar, 3/4 de taza de jarabe de maíz, la cáscara rallada de un limón y 2/3 de taza de jugo de limón.

El agua, el azúcar, el jarabe de maíz y la cáscara rallada se ponen a calentar a fuego lento hasta que el azúcar se disuelva. Apenas empiece a bullir debe detenerse el hervor revolviendo la mezcla y si es necesario bajando más la flama para que se siga calentando durante cinco minutos.

Después se retira del fuego y se pone a enfriar durante 15 minutos para después agregar el jugo de limón, revolviendo y colocando de nuevo en el refrigerador hasta que esté bien fría. Posteriormente se vierte la mezcla en las charolas —sin divisiones— y se mete en el congelador hasta que esté firme. Acto seguido se saca y se bate hasta que adquiere consistencia esponjosa, se coloca de nuevo en las charolas, se tapa con papel aluminio y se vuelve a poner en el congelador. Si se desea una textura más cremosa debe repetirse la operación cuando la mezcla esté firme otra vez. Se mantiene en el congelador hasta el momento de servir.

Algunos secretos para preparar mejores nieves y helados

+ El promedio para la congelación de los helados es de 20 minutos; cuando llevan muchos ingredientes deben agregarse 10 o 15 minutos más.

+ Las fresas, duraznos y plátanos aceleran el proceso.

+ Lo más práctico y rápido es licuar las frutas antes de mezclarlas con los demás ingredientes. Cuando son blandas pueden pasarse por una coladera o machacarse con un tenedor.

+ Cuando se usan frutas muy ácidas en la preparación de helados, deben endulzarse antes de agregarles la crema.

+ En los helados el ingrediente básico es la crema, pero puede sustituirse por un litro de leche o una lata de leche evaporada, además de una taza de azúcar y dos cucharadas de extracto de vainilla, con lo que se obtienen deliciosos helados.

+ Con la leche se produce más agua que con la crema y al helarse quedan más partículas de hielo, por eso, cuando no se emplea crema conviene usar leche evaporada, que aunque no contiene tanta grasa como la crema, produce una mezcla más sabrosa que si sólo se usa leche natural.

+ En caso de usarse leche natural, debe hervirse previamente para reducir el contenido de agua.

+ Cuanto más crema se use, más suave queda el helado.

+ El huevo sirve para ligar la crema y espesarla, actúa como levadura y estabilizador, da más consistencia, mejor sabor y, como si fuera poco, mejora las propiedades nutritivas del helado.

+ El azúcar evita que la mezcla se cristalice, pero en mucha cantidad retrasa el proceso de congelación.

+ Como ya se sabe, mientras la base de los helados es la crema, en las nieves es el jugo de frutas. En estas últimas siempre ayuda el uso de claras de huevo, malvaviscos y gelatina. Este último elemento actúa como estabilizador y mantiene separados los cristales del hielo.

+ Para hacer nieve en el refrigerador se debe batir hasta tres veces durante el proceso de enfriamiento, cuando aún no se ha endurecido mucho. Si se bate antes de tiempo se vuelve líquida y si se hace después de lo debido, no esponja adecuadamente.

+ Cuando se emplean máquinas especiales no son necesarias esas operaciones y el congelador sólo se necesita para conservar la nieve o el helado.

+ En el caso de las nieves nunca debe ponerse la mezcla en el congelador si no está bien fría.

+ Recuerde no llenar las charolas hasta el tope, ya que con cada batida aumenta el volumen de la mezcla.

aeroméxico informa

Cuando usted haga una reservación para viajar por avión asegúrese de que los datos del vuelo sean los correctos. Antes de que cuelgue la bocina, si la está haciendo por teléfono; o antes de salir de la oficina de boletos, revise toda la información esencial: su nombre correctamente escrito, los números de vuelos, las fechas de viaje y las ciudades hacia las cuales viajará. Si hay más de un aeropuerto en una ciudad, por ejemplo Nueva York o París, reconfirme a cuál aeropuerto llegará su vuelo. También es importante que dé a la aerolínea los números telefónicos donde le puedan localizar, por si existe alguna modificación en el itinerario.

Lea su boleto, en él se muestran los números de vuelo y cada uno de los tramos que ampara el boleto; este último dato lo puede verificar en el espacio marcado "reserv status". En dicho lugar deberá aparecer la clave "OK" cuando su lugar esté confirmado en tal tramo. El espacio en blanco significa que usted todavía no está confirmado o que está en lista de espera. El agente de boletos le dará una fecha límite para hacer la compra; si no lo hace en la fecha y hora límite sus espacios se cancelarán automáticamente sin que nadie se lo comunique.

Finalmente, procure tener sus boletos siempre antes de llegar al aeropuerto; de esta forma evitará las tensiones y la preocupación de perder el vuelo mientras espera en la fila para comprar su pasaje.

COCINANDO CON EL SAM

En la busca de alimentos frescos para esta época de calor no debe perderse de vista la necesidad de elaborar comidas nutritivas. El siguiente menú, que incluye ligeras ensaladas, cumple con los requisitos para una alimentación balanceada, al combinar proteínas (P), energía (E) y vitaminas y minerales (VyM) en cada comida. Alcanza para seis personas y tiene un costo de 425 pesos.

Desayuno: ensalada verde con cacahuates y atole de canela.

Para la ensalada se utilizan berros cortados en pequeños trozos, zanahoria rayada, ruedas de cebolla muy finas, cacahuates y crema.

El atole se hace agregando 1/4 de taza de maicena —previamente disuelta en agua— a un litro de leche. Se añade la canela y se deja cocer unos 15 minutos. Si el atole queda muy espeso se puede aligerar con agua caliente y moviendo a fuego lento.

Comida: suflé de espinacas, ensalada de coliflor y agua de horchata.

Las espinacas se lavan muy bien y se ponen a cocer. Después se licuan con un poco de leche y mantequilla derretida. Posteriormente se embarra con mantequilla un refractario rectangular y se colocan, alternadas, capas de espinacas y encima de ésta se coloca una capa de pan de caja, sin orillas y untado de mantequilla por los dos lados. Después de la última capa se añade queso manchego rallado, cuidando de no llenar hasta el tope para evitar que se tire al esponjarse. Se mete al horno a 180 grados durante 15 minutos y se sirve acompañado de coliflor cocida.

Para el agua de horchata se remoja previamente —por lo menos una hora y de preferencia desde la noche anterior— una taza de arroz y se licua con agua hervida con canela a la que se ha añadido el contenido de una lata de leche evaporada y su correspondiente porción de agua. Se sirve endulzada con azúcar y aderezada con nuez moscada.

Cena: Ensalada Chef y leche fría.

La lechuga se lava minuciosamente y se corta en pequeños trozos, se mezcla con pollo desmenuzado, tiras de queso amarillo y rebanadas de aguacate. Se acompaña con una mezcla de mayonesa y salsa de tomate aligerada con un chorrito de leche (esta combinación hace una rica salsa "mil islas").

DESAYUNO

(VyM)	4 manojos de berros	$ 32.00
(VyM)	1/2 kg. de zanahorias	10.00
(VyM)	1/2 cebolla mediana	2.00
(E)	1/4 de litro de crema	31.40
(P)	1/2 kg. de cacahuates	46.80
(P)	1 lt. de leche	16.50
(E)	1/4 de taza de maicena	1.75
	Total:	**140.45**

COMIDA

(VyM)	4 manojos de espinacas	$ 36.00
(E)	18 rebanadas de pan de caja	17.30
(E)	60 gramos de mantequilla	16.00
(P)	1 taza de leche	3.30
(VyM)	1 pieza chica de coliflor	20.00
(E)	1 taza de arroz	5.50
(P)	1 lata de leche evaporada	15.20
	Total:	**113.30**

CENA

(VyM)	2 piezas de lechuga	$ 26.00
(P)	1/2 kilo de pollo	58.00
(P)	9 rebanadas de queso amarillo	26.00
(E)	1/2 kilo de aguacates	30.00
(P)	1 1/2 lt. de leche	24.75
	35 gramos de mayonesa	4.00
	35 gramos de salsa de tomate	2.20
	Total:	**170.95**

(Precios al 1o. de junio de 1982)

NORMAS COMERCIALES

Los trapitos sucios de jabones y detergentes

"Humectíne", "granulitos azules", "enzimas biológicas" y "espuma desmanchadora", son sólo unos cuantos de los muchos supuestos ingredientes de jabones y detergentes, que influyen en la decisión de compra de los consumidores poco reflexivos. Pero ¿esas sustancias con nombres cada vez más raros ayudan en algo a la verdadera función de jabones y detergentes que, a fin de cuentas, es simple y llanamente limpiar?

Para averiguar esto, la Dirección General de Normas Comerciales de la SECOM realizó la verificación del contenido de 80 muestras de jabones de lavandería, 143 de jabones de tocador y 44 de detergentes sintéticos. Vale la pena conocer los resultados de esta investigación.

Jabones de tocador. De las 143 muestras —pertenecientes a 22 empresas— se encontró que 137 cumplían satisfactoriamente con las especificaciones de la Norma Oficial Mexicana y 6 presentaban faltantes en el porciento de jabón anhidro y alto porciento de humedad, lo que en términos profanos significa una menor cantidad de vida útil y falta de poder limpiador.

Empresa	Marca	Bajo % de jabón anhidro	Alto % de humedad
Arlinton	Limón	X	X
	Kasaetin	X	X
Grisi	Vita con Pantenol	X	—
	Miel de abeja reina	X	—
	Hiel de toro	X	—
Leche de burra		X	—

Detergentes sintéticos. Se analizaron 44 muestras de 7 empresas y se dictaminó que 36 de ellas cumplían satisfactoriamente con la Norma Oficial y 8 tuvieron faltantes en el porcentaje requerido de agente tensoactivo y fosfatos, lo que significa bajo poder limpiador.

Empresa	Marca	Bajo % agente tensoactivo	Bajo % de fosfatos
Colgate Palmolive	Alianza	—	X
La Corona	Alianza	—	X
	Blanca Nieves	—	X
La Esperanz	Titán	X	X
Jabonería Guzmán	Marca Libre	X	X
	Alianza	X	—
Suquimex	Benzo	X	X
	Lament	X	X

Jabones de lavandería. 59 de las 80 muestras analizadas cumplieron satisfactoriamente con los ingredientes establecidos legalmente. Las 21 muestras restantes tuvieron faltante de jabón anhidro y alto porcentaje de silicatos, que se traducen en falta de poder limpiador y demasiada aspereza.

Empresa	Marca	Bajo % de jabón anhidro	Alto % de silicatos
Cía. Jabones Universales	Geranio	—	X
	Terry	—	X
La Concha	Cielo	X	X
	Concha	—	X
	Piocha	X	X
	Cony	X	X
	Alianza	—	X
La Corona	Roma	—	X
	Alianza	—	X
La Rosa	López	—	X
El Pilar	Amarillo	X	—
La Esperanza	Perla blanco	X	—
La Unión	Yaqui azul	X	—
	Número 1	X	X
	Yaqui rosa	X	—
	Nilo	X	—
	Trébol	X	—
Productos Puente	Hada rosa	X	—
	Hada blanco	X	—
	Mitla	X	—
Río	Blanco	X	—

En todos estos casos de productos fuera de las normas legales, la Secretaría de Comercio aplicó sanciones que fluctuaron entre los 40 mil y los 250 mil pesos por empresa.

Recomendaciones

- **Tratándose de ropa, es conveniente someterla a remojo de 6 a 12 horas para facilitar el trabajo del detergente.**
- Si en la zona donde vive el agua es dura, el detergente le dará mejores resultados que el jabón.
- **No utilice blanqueadores o cloro junto con los detergentes, pues éstos pierden efectividad. Aplique esas sustancias en el último enjuague.**
- La mayor producción de espuma no implica necesariamente que un detergente sea mejor, por ello, utilice sólo la cantidad indispensable.
- **Los detergentes para ropa no presentan diferencias notables. Compre el más barato.**
- Si tiene dudas o quejas al respecto, no dude en dirigirse a la Dirección General de Normas Comerciales de la SECOM en avenida Cuauhtémoc 80, 1er. piso Ala Sur, teléfono 578-16-57.

Yo, Consumidora

Por: MARGARITA ISABEL

Valgo mucho más que ella

Me quedé pensando y apagué la radio, ya había escuchado esa canción, cuya letra entre otros horrores va más o menos así:

Dice que tu cuerpo no se excita
cuando estás conmigo
pero las mejores caricias
yo te las he dado
piensas encontrar en su piel más joven
lo que yo sé darte
pero "valgo mucho más que ella"
(insiste).

Apagué el radio pero al rato, curiosa, lo volví a encender y de la siguiente canción se me quedaron grabadas estas líneas:

Seré la gata bajo la lluvia
y maullaré por ti...

Me quedé pensando... ¡No, pues sí! La otra sí vale mucho más que ésta, aunque necia, al menos la primera no anda haciendo esos numeritos de maullar bajo la lluvia.
Terminó la canción y enseguida muchos anuncios para ganarnos el derecho de seguir escuchando tan delicadas e instructivas canciones (o como castigo por andar de morbosos escuchando chismes cantados).
Por fin, musiquita otra vez, ahora un cantante narraba melodiosamente lo que a continuación se lee:

El tendrá un pretexto que contar
ella lo entenderá
porque sólo vive para él
en la misma cama soñarán
él con el amor que conquistó;
ella con él.
Ella planchará su pantalón
él no vendrá a comer
ella comprenderá porque sólo existe para él
él nunca se lo dirá, será mejor para los tres.

Terminó el disco cantado, tocaba su turno a los discos rayados, los comerciales: uno de oferta de planchar, otro de cosméticos para llamar la atención de él... me quedé pensando: ¿a cuál de las dos le ofrecían qué producto? ¡Ah! además les ofrecía recámaras muy rebajadas.
Ante tanta coincidencia entre los anuncios y comerciales me quedé pensando que el jefe de programación de esa estación de radio era un genio; pero no, no creo que esté consciente. A lo mejor lo que pasa es que en nuestro mundito de capital y sobreconsumo, los valores coinciden y si no, hay que hacerlos coincidir, crear o alimentar o estimular la rivalidad femenina, vestir a la moda para opacar a "la otra"; (comprar) rimmel francés para dar brillo a los ojos, para no dejarse opacar; (comprar)"2o. Debut" para competir con la que anda debutando por 1a. vez.; (comprar) Ariel para blanquear "sus" camisas contra el Revlon de "la otra" que las mancha, de rojo carmín; (comprar y comprar), tal vez coincidan en la tienda.
Me quedé pensando... ¿qué sería de la industria de cosméticos, qué de la industria de la ropa femenina, qué sería de los que fabrican polvos mágicos para retenerlo "a él" a base de blancura, qué de los que enlatan sopas para atraerlo a él barriga contenta si las mujeres nos saliéramos de la competencia, si nos cansáramos de jalonear, arrebatarnos y deschongarnos por "el hombre" como lo único que puede darle sentido a nuestra supuestamente frágil y sensual existencia?
No, definitivamente no nos lo van a permitir.
El concurso de Miss Abnegación y Miss Belleza debe mantenerse vivo en la calle, en la oficina, en la casa, porque este "todas contra todas" y "yo soy más" es posiblemente uno de los pilares del diario consumismo y de las grandes fortunas de los pequeños dueños de todo, bastante indiferentes, tal vez hasta divertidos con nuestros triángulos, realidades femeninas, amores rotos, amores nuevos y, eso sí, millones y millones de mujeres muy tristes porque no nos dejan ser amigas y muy solas untándonos la crema de frustración por las noches y las chapitas de envidia matutinas.
Yo no sé si esas cancioncitas son causa o efecto pero ahí está sonando en el círculo vicioso que nos ahorca a todas: miedo, angustia, competencia, degradación, abnegación, concesión.

Déjame volver contigo,
seré tu amante o lo que tenga que ser
seré lo que me pidas tú, lo digo
muy deveras
haz conmigo lo que quieras, reina, esclava o mujer.

Esas canciones ayudan a los comerciales a esclavizarnos en todo. Hasta el corazoncito hay que pintarlo del color de moda en esta temporada y perfumarlo con ese aroma que acaba de salir al mercado y anula el natural.
Hay que "comprar" para ganar.
Para ganarlo a "él" y perder. Perder la identidad y la capacidad de ser amiga y de ser amada por sí.
Vuelvo a encender el radio, ahora Juan Manuel Serrat canta:

Harto ya de estar harto
le pregunté al mundo
¿por qué y por qué?

¿Y POR QUE NO UN ANUNCIO DE...?

Futbol llanero

La mejor cuna de los buenos futbolistas, que no se compran ni se venden.

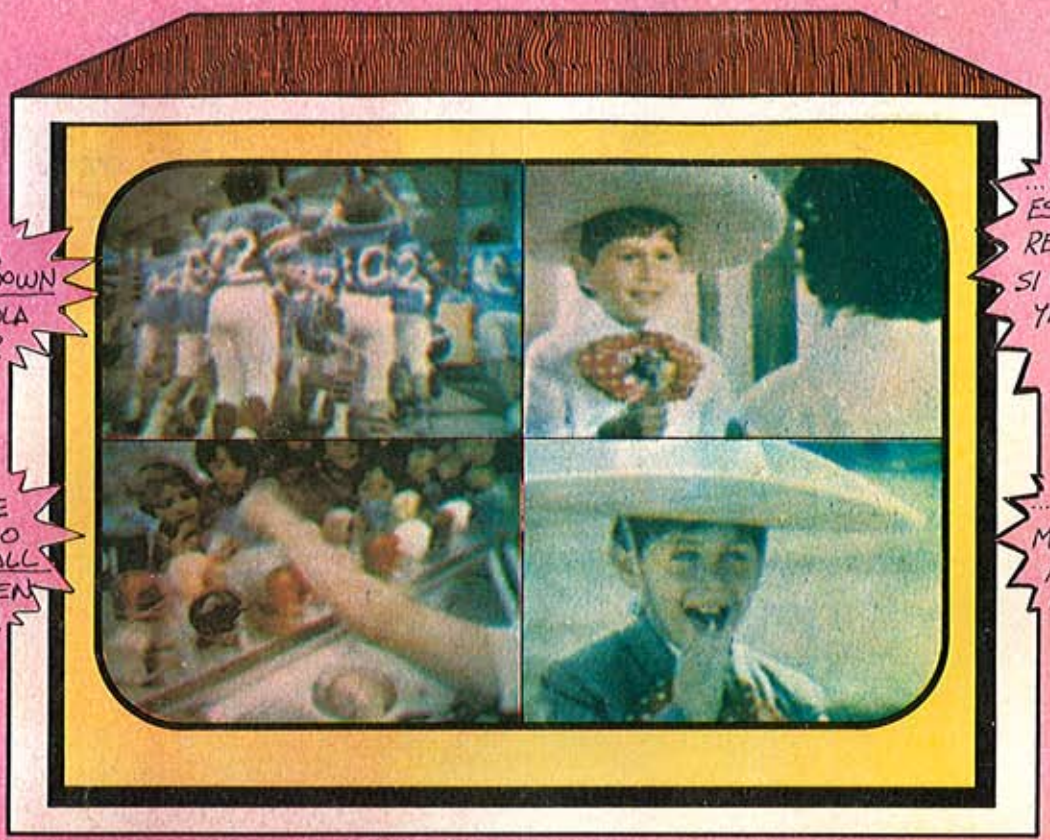
Garra, entrega y emoción, sin mediar costo alguno.

El futbol llanero no tiene interrupciones comerciales.

FUTBOL LLANERO, AUTENTICO DEPORTE MUNDIALISTA.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

EL ANTICOMERCIAL DEL MES



La bola que puede faltar

Dos anuncios y un mismo ejemplo de publicidad que no informa sobre ninguna característica del producto, además de que, en este caso, se dirige a un público especialmente influenciable como el de los niños.

En uno de los comerciales, se les dice a los niños que anoten un "touch down" y que entren "en acción" sin necesidad de hacer deporte: sólo les basta comerse un helado doble en casco de futbol.

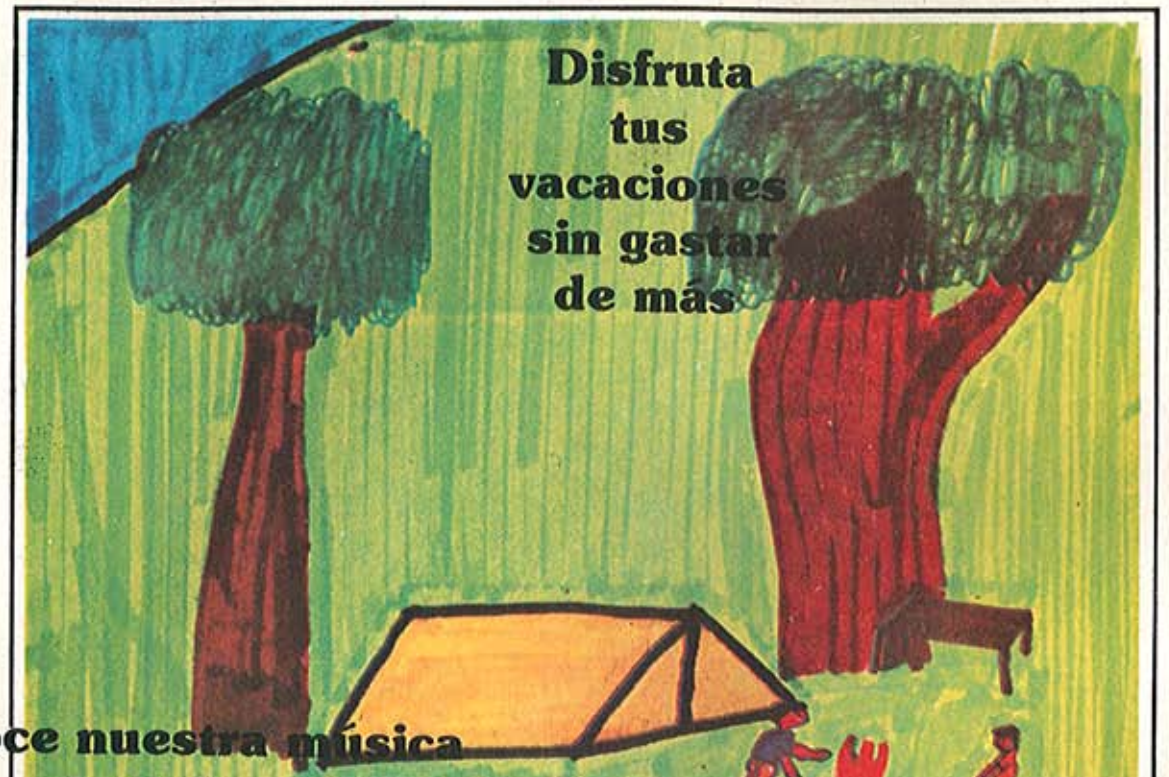
En el otro, se dictamina que las paletas de dulce son algo "muy importante" para la charreada. Más aún, se indica que "nunca deben faltar en nuestras fiestas".

Sin embargo, y aunque parezca una verdad de perogrullo, conviene recordar que ningún niño entra en acción ni anota nada comiéndose un helado, así como las paletas no cumplen ninguna función en las charreadas. Los pequeños pueden llegar a creerlo, pero eso ya será obra de una publicidad que les está vendiendo algo más que el producto, o descuido del adulto que no se esfuerce, en toda ocasión posible, por explicarle al niño las diferencias entre la realidad y la fantasía publicitaria.

el brinco

Coordinación: Teófilo Huerta M.

julio 82



Conoce nuestra música y báilala con gusto

El frijol brinca para que lo comas

Carlos

vamos a bailar

Por Tía Lucha
y Tío Pepe

Desde los tiempos primitivos el hombre ha bailado. Pero en la antigüedad el baile tenía un significado religioso o mágico; se bailaba para obtener una buena cacería o abundante cosecha, para complacer a los dioses o evitar maleficios.

Hoy, en algunos pueblos todavía se conservan tradiciones primitivas; por ejemplo, en Ceilán, se ejecuta la danza de la cobra durante la temporada de cosecha para ahuyentar a los espíritus malignos y deshacer el hechizo de cualquier enfermedad. Claro, éstas son creencias.

En la India los bailarines cuentan toda una historia a través de los movimientos de una danza, siendo muy importantes las manos y especialmente los dedos.

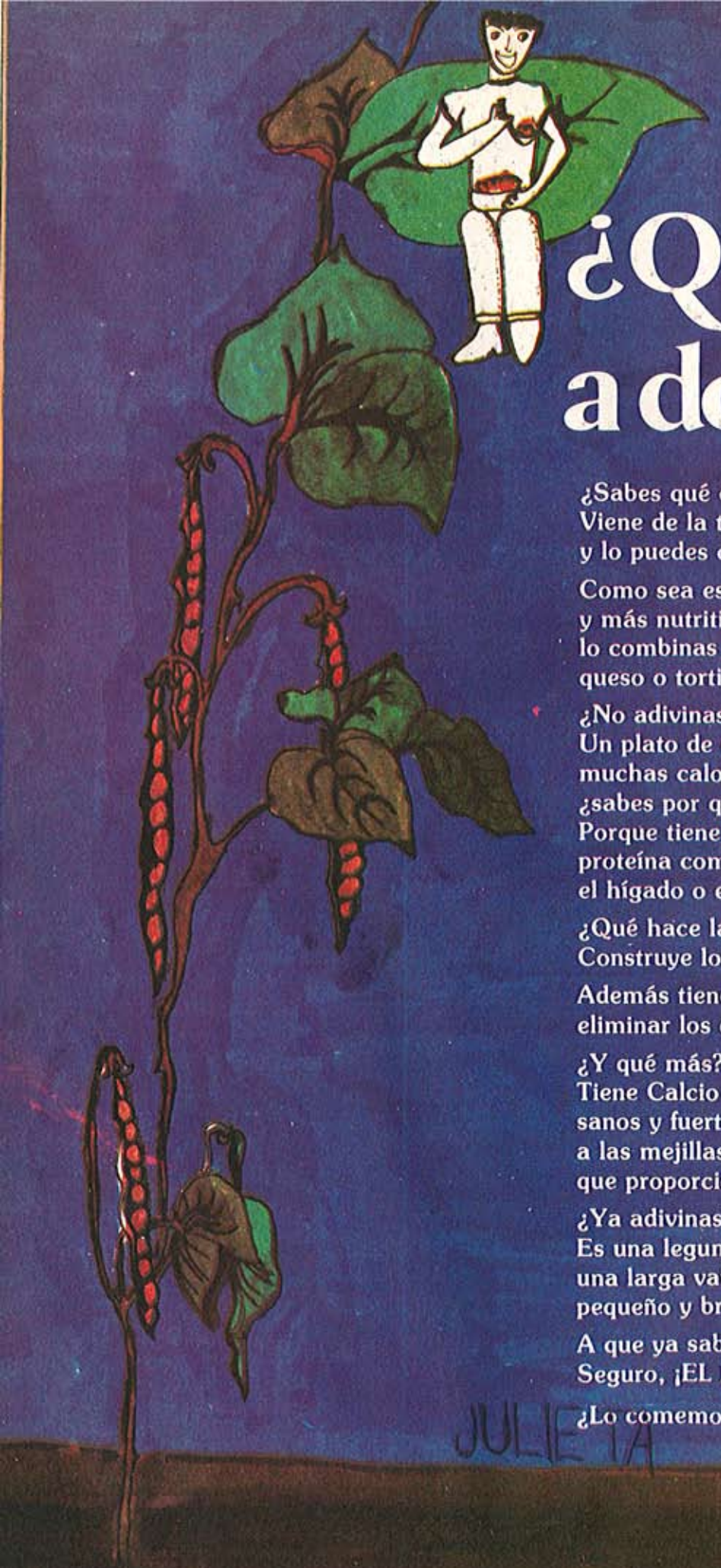
Actualmente el baile ya no tiene esa significación mágica o religiosa, sino que bailamos simplemente por el placer que nos da hacerlo. Por suerte, en México siempre hemos tenido música con diferentes ritmos y conservamos bailes tradicionales propios de cada región. Sería interesante que los conocieras y apreciaras su belleza.

Cuando tú bailes, trata de sentir la música en tu cuerpo, déjate llevar por ella y disfrutarás mucho bailando. Además, el baile es un excelente ejercicio que a todos nos pone de buen humor.

No necesitas organizar una fiesta para hacerlo. ¡Anda, da un brinco y ponte a bailar!

CHAYO TERE PEPE Y BETO

POR LAURA



¿Qué es y a dónde va?

Por Teresita Vargas

¿Sabes qué es?
Viene de la tierra
y lo puedes comer.

Como sea es sabroso
y más nutritivo si
lo combinas con arroz,
queso o tortilla.

¿No adivinas?
Un plato de él te dará
muchas calorías y energía,
¿sabes por qué?
Porque tiene casi tanta
proteína como la carne,
el hígado o el pescado.

¿Qué hace la proteína?
Construye los tejidos del cuerpo.

Además tiene fibra que ayuda a
eliminar los desechos del organismo.

¿Y qué más?
Tiene Calcio que hace dientes
sanos y fuertes, Hierro que da color
a las mejillas y Vitaminas
que proporcionan salud.

¿Ya adivinas?
Es una leguminosa y viene en
una larga vaina; es un grano
pequeño y brillante.

A que ya sabes qué es.
Seguro, ¡EL FRIJOL!

¿Lo comemos juntos?

Vamos a hacer la fogata
todos los destacamentos
para cantar y hacer cuentos
alumbrados por el fuego,
que aquí la noche es un juego
cubano, en los
campamentos.

Un brinco a Cuba

Siempre es interesante conocer lo que los niños de otros países hacen, cómo se divierten, estudian, conviven y aprovechan su tiempo libre.

Por eso ahora que **El Brinco** se dio una vuelta por Cuba, tuvo la suerte de visitar el Campamento de Pioneros **Ismaelillo**, que está en la ciudad de Cienfuegos.

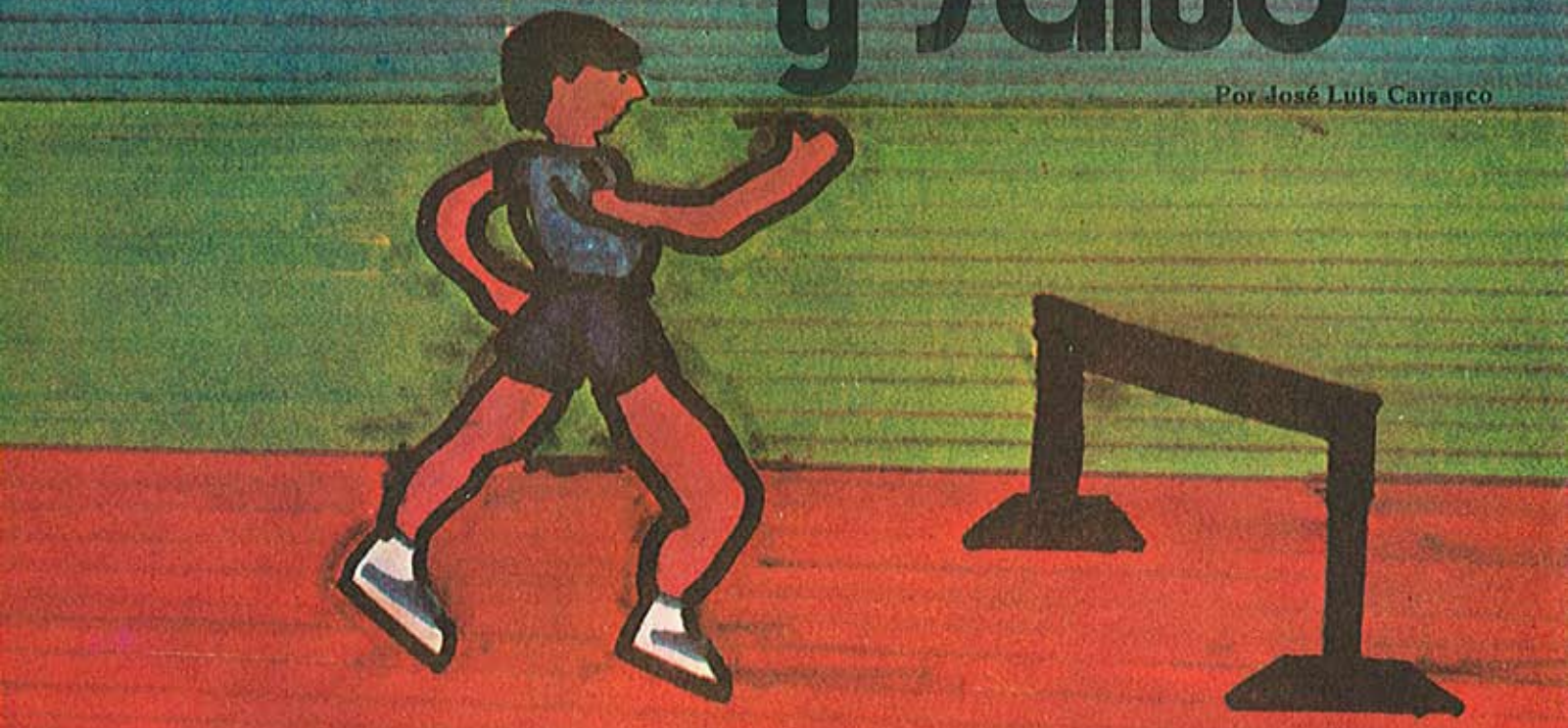
Al campamento llegan los niños en pleno período de clases. Durante quince días permanecen en ese lugar sin interrumpir sus estudios ya que sus maestros los acompañan. Después del horario normal de clases, los niños cubanos nunca se aburren pues tienen tiempo para aprender danza, teatro, dibujar y escribir poemas como el que está al principio de esta nota. Nuestros amigos practican deportes como volibol, basquetbol, futbol, beisbol y ciclismo.

Por supuesto que los chicos no desaprovechan el regalo que la naturaleza les ha dado, así que nadan, juegan y buscan piedras curiosas en el mar.

En próximos **Brincos** te hablaremos de más niños de otros países. Por ahora y ya que estás de vacaciones, ¿qué te parece si tú también organizas juegos, haces colecciones o escribes? Si te decides por hacer cuentos y poemas, envíanoslos para que los conozcamos.

Juego, deporte y salud

Por José Luis Carrasco



Las vacaciones han llegado y es tiempo de disfrutarlas. Hay que aprovechar la ocasión para distraernos con actividades que nos agraden y nos proporcionen un bienestar físico y mental.

Cada quien puede hacer sus planes de acuerdo con sus preferencias.

A muchos chicos les encanta reunirse con sus amigos de la colonia para formar equipos y organizar divertidas competencias, ya sea de futbol, volibol, basquetbol o beisbol. Algunos juegan en las canchas de sus unidades habitacionales, otros acuden a los parques cercanos o a uno de los centros recreativos públicos.

Para los escolares que no tienen la oportunidad de verse con sus amigos o para los que desean contar con un profesor que los entrene en sus prácticas, pueden inscribirse en los ciclos que ofrecen en forma gratuita algunos centros deportivos.

Así, por ejemplo, en la Unidad Cuauhtémoc del IMSS en Naucalpan, Edo. de México, se desarrolla un programa de iniciación deportiva que comprende: natación, gimnasia, basquetbol, volibol, futbol y atletismo, además de excursiones y campamentos. En ese programa deportivo pueden participar niños desde los cinco años que presenten su examen médico, dos fotografías tamaño infantil y el pago de diez pesos para la credencial.

Enrique

¡Felices vacaciones!

Habla por petrófono

No, no se trata de un nuevo medio de comunicación. Lo que pasa es que hasta para hablar por teléfono necesitamos de la presencia del petróleo.

El teléfono, ese maravilloso instrumento que nos permite comunicarnos a grandes distancias en un instante, comenzó a nacer en 1667. Muchos hombres tuvieron que ver con la invención del teléfono, pero fue el escocés Graham Bell quien en 1876 le dio forma y, más adelante, Tomás Alva Edison lo perfeccionó.

La comunicación telefónica es posible gracias a que las palabras transmitidas como impulsos elécticos viajan a través de una serie de mecanismos hasta llegar a su destino donde, nuevamente, se vuelven a transformar en palabras.

En un principio los teléfonos eran de madera y luego de metal, pero hoy, con los aportes del petróleo, los aparatos telefónicos están hechos con derivados de ese líquido negro, tales como el polipropileno y el poliestireno.

Si tú cuidas un aparato telefónico, además de ahorrar en energéticos permitirás que la gente utilice este medio que no sólo sirve para platicar, sino para llamar a una ambulancia, a los bomberos o recibir buenas noticias. Ten esto en cuenta y conviértete en un defensor de los teléfonos.

La rueda de los alimentos

Diviértete con tus amigos y gana puntos en nutrición.

Copia o recorta este círculo y acomódalo en un trozo de cartón o madera. En el centro colócale una flecha de cartulina detenida por un alfiler.

Se trata de que cada jugador haga girar la flecha una vez por turno y según el espacio en que quede serán los puntos obtenidos. El ganador será aquel que acumule mayor número de puntos de acuerdo con la meta que se hayan fijado.

ADIVINANZA

Por Flavio Vázquez

"Soy blanca por dentro, roja o amarilla por fuera, soy rica y nutritiva, jugosa y sabrosa y con frecuencia a los niños les gusta llevarme a la escuela. Soy su mejor amiga a la hora del recreo.

¿Quién soy?

LA MANZANA

Así se hace

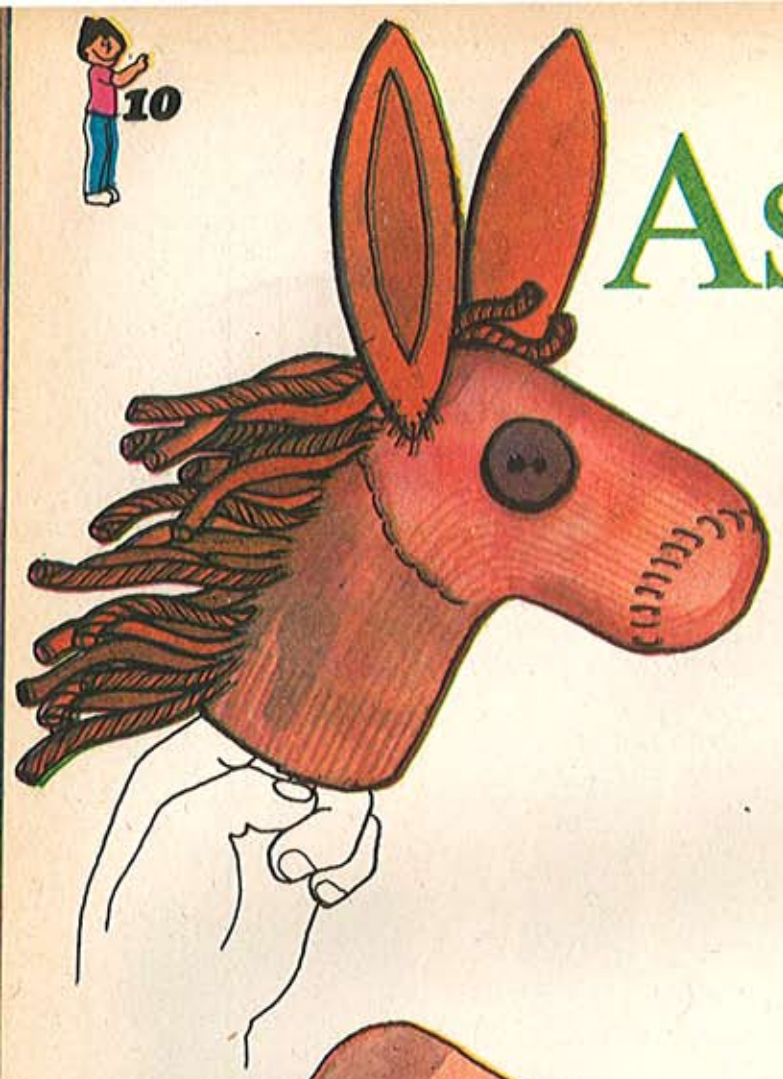
Ahora que estás de vacaciones tendrás más tiempo para hacer cosas y divertirte.

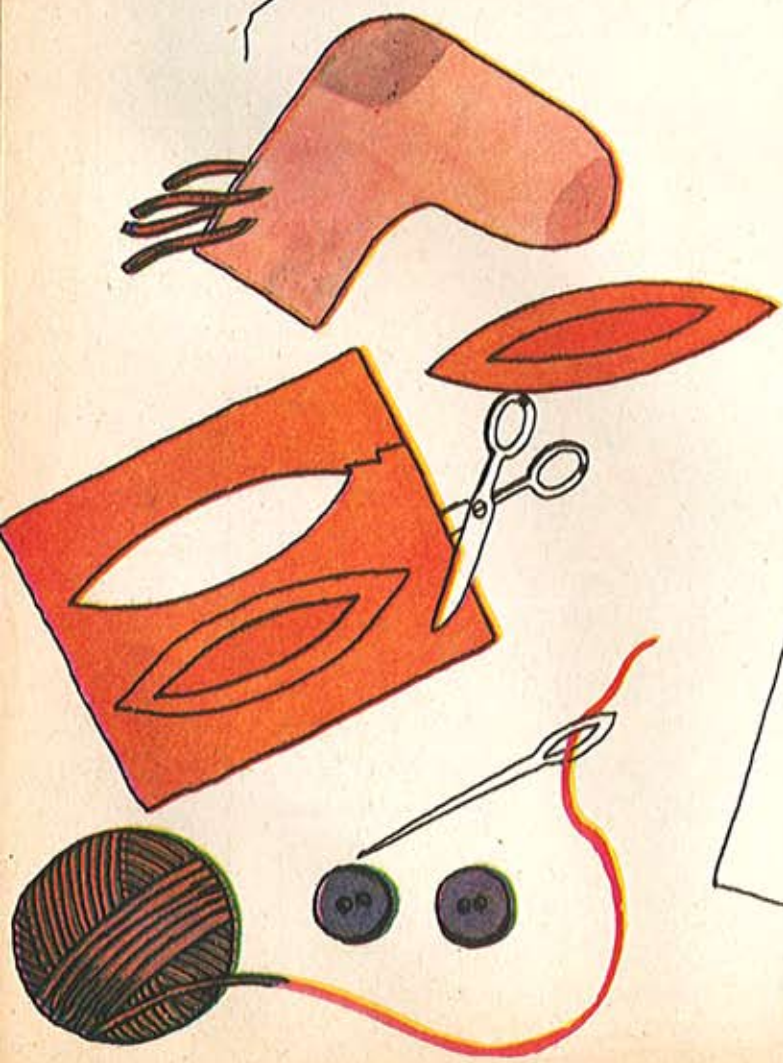
Una de ellas es la elaboraciôn de títeres con materiales sencillos como lo son unos calcetines viejos.

Rellena los calcetines con pedazos de tela o de esponja. Cose las partes. Borda detalles de la cara y aplícale una peluca de estambre grueso. Ya terminados hasta los puedes vestir.

Otra cosa barata y divertida es la de decorar tus dibujos con piedritas y conchas que recojas de la playa que visitas o que está cerca de tu casa.

Tus dibujos tendrán una apariencia original, ¿no crees?





¿Qué te gustaría hacer en vacaciones?

Por Rosa María Cantero

¡Llegaron las vacaciones! Casi todos las esperaban con ansia, aunque algunos pronto extrañarán su escuela.

Para julio y agosto pueden existir muchos proyectos: jugar, nadar, cantar, pintar, convivir con familiares y amigos. Las siguientes son opiniones de niños como tú, entre cinco y trece años de edad.

Beto López, Soraida y Marilú Montiel, quieren hacer muchos dibujos de casas, animales y jugar a la comidita con sus hermanos y amigos.

Bety Montiel se la pasará jugando "bote pateado": "un niño patea un bote mientras los demás se van a esconder, ¡es divertido!".

Hay otros niños que quieren salir de la ciudad. Maira Rocío irá con su abuelita a una población cercana a Ixtapan de la Sal porque "hay un río y puedo jugar con mis primos a las escondidillas y brincar la reata".

Alejandra y Blanca también irán con su abuelita a Michoacán porque "podremos nadar en el río, cortar nísperos, pichechuas, chaquices y comérnoslos, ¡son deliciosos!"

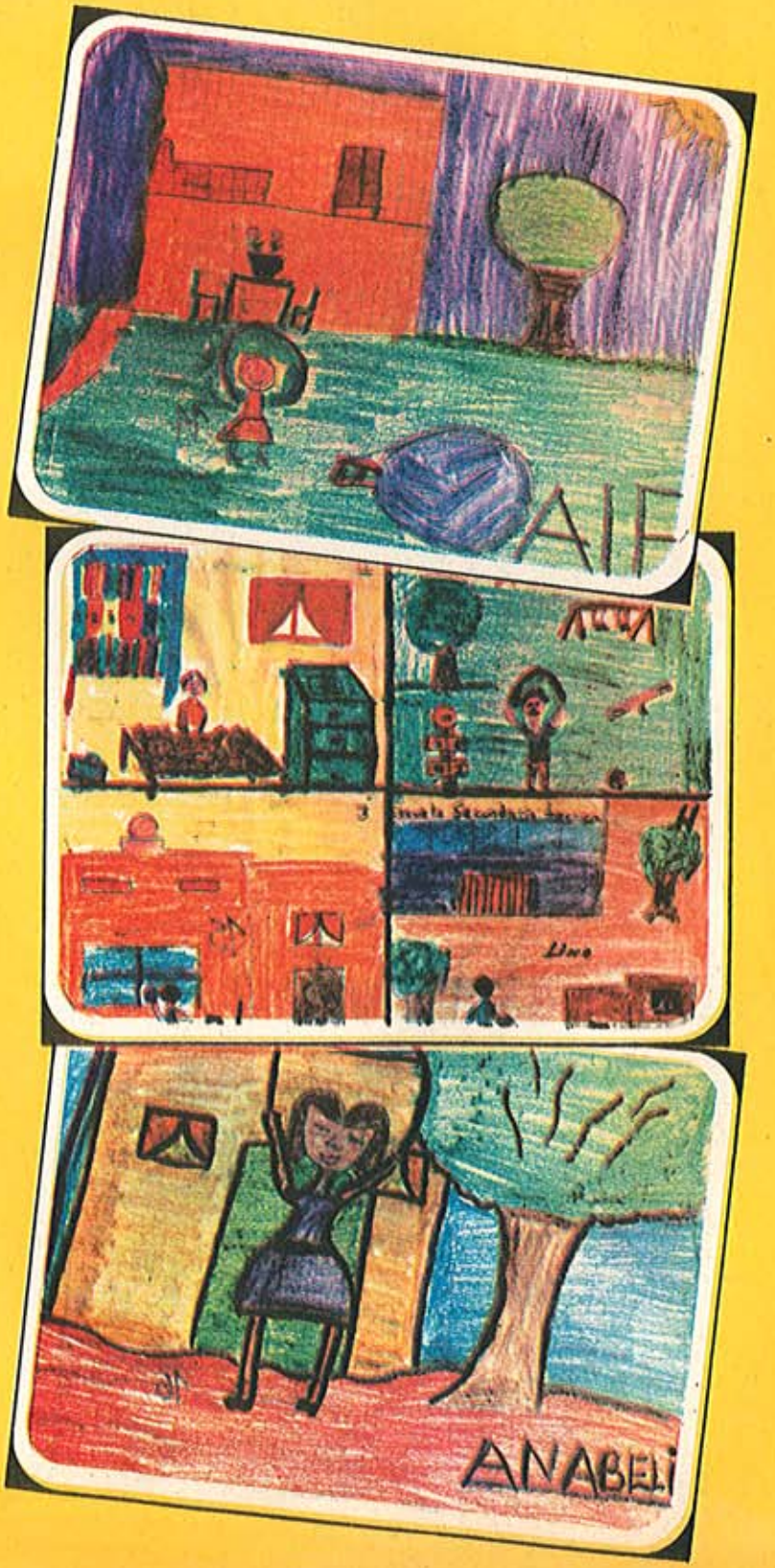
Verónica y Yolanda confían en ir a Cuernavaca para nadar y jugar.

"Yo quiero hacer ejercicio, nadar, bailar, cantar y visitar a mis amigos", platica sonriente Belem Dulce.

Lino piensa meter muchos goles en sus partidos de futbol y además conocer la historia del cine mexicano.

Anabelli además de hacer lo mismo que los demás, espera ayudar a su mamá en la casa y acompañar a su papá al trabajo.

A tí, ¿cómo te gustaría pasar las vacaciones?



Viajeros por un día

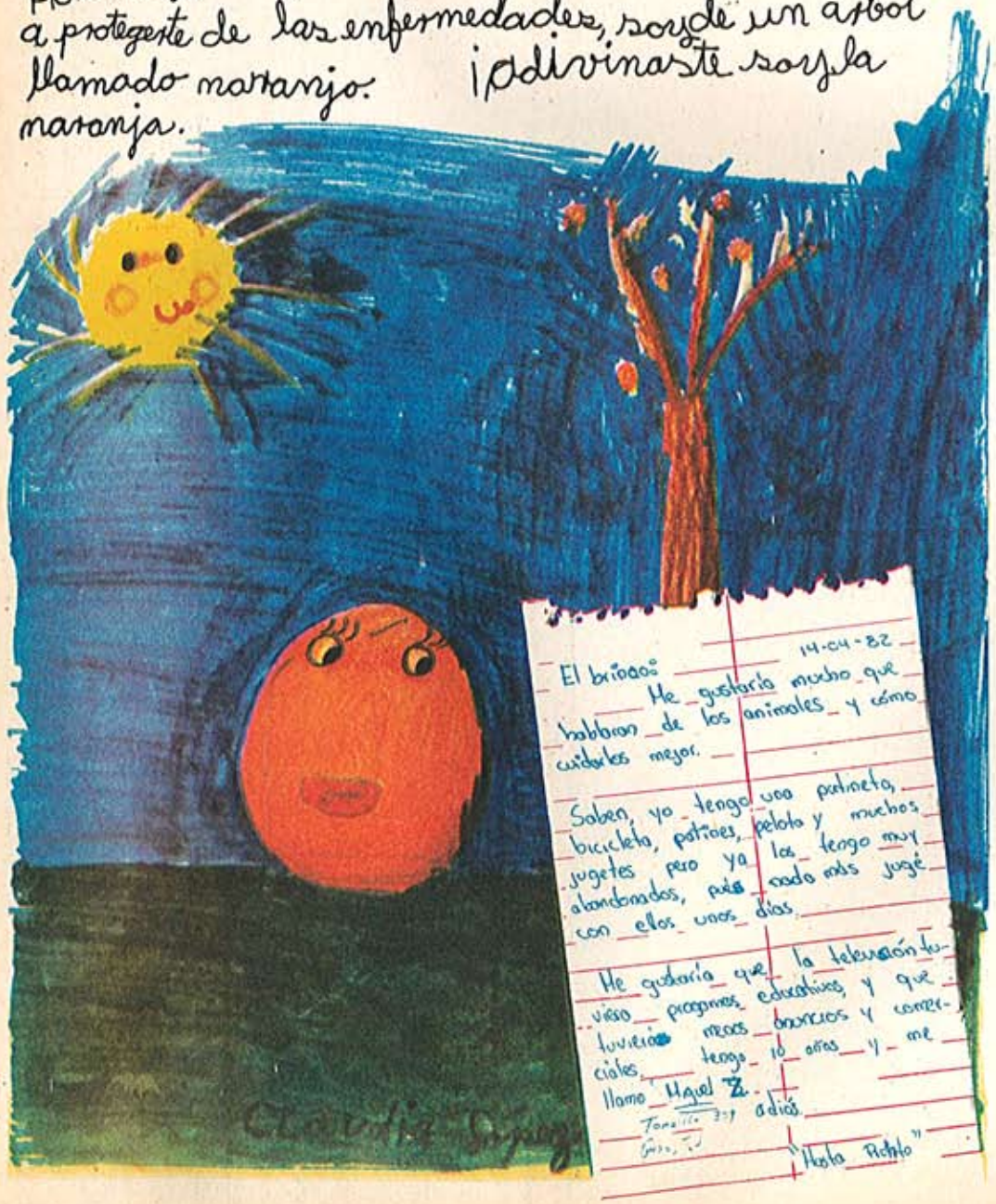
LUGAR	¿QUE HAY QUE VER?	¿QUE SE PUEDE HACER ALLI?	¿COBRAN LA ENTRADA?	¿CUANTO TIEMPO SE DEMORA?	¿COMO SE PUEDE LLEGAR Y REGRESAR?	¿CUANTO CUESTA EL VIAJE REDONDO?
Parque de las Esculturas en el municipio de Cuautitlán Izcalli, Edo. de México.	Además de los patos coquetos del estanque, las esculturas en bronce de la pareja humana.	Seguir el camino y encontrarse con el pasajero, la dama y los gatos, el casco de la hacienda de la Venta y las guacamayas.	No. (Horario: diario de 10 a 16 hrs.)	Una hora aproximadamente desde el D.F.	En camión que sale de las terminales del metro de Tacubaya, Chapultepec y Tacuba.	$ 36 por persona.
Pirámides de Teotihuacán en el Estado de México.	La bien planeada ciudad de Teotihuacán desde lo alto de las pirámides del Sol y la Luna que tienen dos mil años.	Visitar el palacio Quetzalpapalotl y las casas decoradas con murales. También hay un museo y artesanías.	Sí, $ 15 entre semana y $ 10 sábados y domingos. (De 8 a 17 hrs.)	De una a una hora y media del D.F.	En camión que sale de la Central de Autobuses del Norte y de la estación del metro Indios Verdes. El último camión de regreso sale a las 18.30 hrs.	$ 68 por persona.
Grutas de Cacahuamilpa en el estado de Guerrero.	La formación de las rocas por la acción del agua en cientos de figuras que parecen animales, cosas y hasta personas	Ver como una gota de agua transforma una roca. Ir al río y recoger piedrecitas para coleccionarlas.	Sí, $ 10 niños, $ 15 adultos. (De 10 a 17 hrs. diario)	Tres horas desde el D.F.	En camión que sale cada 2 horas de la Central de Autobuses del Sur. El último camión de regreso sale a las 17.30	$ 188 pesos por persona.
Calixtlahuaca en el Edo. de México.	La única zona con restos arqueológicos de la cultura matlatzinca.	Visitar el templo de Quetzalcóatl la escuela matlatzinca y disfrutar de un día de campo a las faldas del cerro de Teresona.	No. (Abierto todos los días a toda hora).	20 minutos desde Toluca.	En camión que sale de la Central de Autobuses de Toluca.	$ 14 por persona

Las vacaciones se pueden aprovechar realizando viajes de un día a lugares cercanos de la ciudad. No es necesario gastar mucho dinero si se prepara en casa comida y agua fresca para llevar al paseo. El Brinco te da algunas ideas; que te diviertas.

LUGAR	¿QUE HAY QUE VER?	¿QUE SE PUEDE HACER ALLI?	¿COBRAN LA ENTRADA?	¿CUANTO TIEMPO SE DEMORA ?	¿COMO SE PUEDE LLEGAR Y REGRESAR?	¿CUANTO CUESTA EL VIAJE REDONDO?
Lago de Chapala en el estado de Jalisco.	El lago más grande del país con sus islas "Alacranes" y "Mezcala."	Nadar, bucear, ir en lancha a las islas y comer pescado blanco.	No.	Una hora desde Guadalajara.	En camión que sale de la Central de Autobuses.	Informarse en la Central de Autobuses.
Tepezalá en el estado de Aguascalientes.	Los edificios coloniales, el acueducto, los cerros de San Juan y El Prieto.	Conocer la arquitectura y caminar por el campo.	No.	Hora y media desde Aguascalientes.	En camión que sale de las terminales de autobuses.	Informarse en las terminales de autobuses.
Parque Nacional Basaseachic en el estado de Chihuahua.	La gran cascada Basaseachic, dos veces más grande que la Torre Latinoamericana.	Aparte de admirar una de las cascadas y picos más altos del mundo, respirar el aroma del bosque.	No.	Tres horas y media aproximadamente desde Chihuahua.	En ferrocarril línea Chihuahua Pacífico. Bajarse en la parada Creel y abordar un transporte Basaseachic.	$ 250 general más el costo del transporte de Creel.
Cuitzeo de Hidalgo en el estado de Guanajuato.	La Ex Hacienda de Corralejo donde nació el cura Hidalgo y el Fuerte de los Remedios.	Conocer y recordar datos interesantes de la independencia de México. Visitar los manantiales volcánicos.	En los manantiales sí porque hay un balneario.	Hora y media desde Guanajuato.	En camión que sale de las terminales	Informarse en las terminales de autobuses
Monte Albán en el estado de Oaxaca.	Las esculturas, pinturas y construcciones de los zapotecas. Piezas arqueológicas y joyas prehispánicas en el museo.	Imaginar la vida de los zapotecas, sus costumbres y juegos como el de pelota.	Sí, $ 20 (Todos los días de 8 a las 18 hrs.)	20 minutos desde Oaxaca.	En autobús desde el zócalo que sale del hotel Misión de los Angeles.	$ 40 por persona.

¡Brinca conmigo!

¿Qué es y adonde va?
Hola soy una fruta que tiene vitaminas que te ayudan a protegerte de las enfermedades, soy de un árbol llamado naranjo. ¡Adivinaste soy la naranja.



El brinco
14-04-82
Me gustaría mucho que hablaran de los animales y cómo cuidarlos mejor.

Saben, yo tengo una patineta, bicicleta, patines, pelota y muchos juguetes pero ya los tengo muy abandonados, más cada más jugé con ellos unos días.

Me gustaría que la televisión tuviera programas educativos y que tuvieran menos anuncios y comerciales, tengo 10 años y me llamo Raquel Z.
Adiós
"Hasta Pronto"

"Querido Brinco: La sección que más me gustó fue: 'Así se hace un programa de TV'. Me gustaría que publicaran algo sobre electricidad y animales.":

Ma. Teresa López (10 años)
Kabam No. 439-2
Col. Jardines del Sol
Guadalajara, Jal.

Ma. Teresa: Nos daría mucho gusto que algún día llegaras a ser una magnífica guionista de televisión. El tema de los animales lo tenemos presente, sigue brincando con nosotros.

"Estimado Brinco: Quiero que se acuerden de todos los niños que no tienen mucha comida y que les den juguetes a los niños pobres."

Ma. Antonia Flores
Juárez 11
Huajuapan, Oax.
69000

Ma. Antonia: Nosotros quisiéramos que todos los niños del mundo tuvieran las mismas oportunidades. Existen muchas formas de luchar para que esto se consiga, entre ellas el que los hombres dejen de ser egoístas.

"Amigos del Brinco: Tratando de resolver 'El juego de los números y las historietas', me dí cuenta de que hay varios errores: Anualmente se gastarían $1,040 comprando las cuatro historietas (los $624 serían de tres)... Ojalá y pongan más problemas de éstos porque me gusta resolverlos."

Sheherazade Bigdalí Hernández (4o. año)
Peña Grande No. 53
Guanajuato, Gto.
36000

Sheherazade: Gracias por señalar nuestro error. Tienes razón en la primera respuesta, con respecto a la segunda estaría bien la repitieras pues esa y la tercera sí son correctas. Felicidades por pertenecer a un grupo en el que te diviertes sin gastar casi nada.

"¡Hola Brinco! Me gustaría que hablaran acerca de los patines y la astrología, también que pusieran una sección de chistes"

Nallely Solís
Nogal 139
Jardines de los Reyes
Tlalnepantla, Edo. de México

Nallely: Trataremos de complacerte. Por lo pronto tu dibujo nos dio la idea para ilustrar y titular la sección de cartas este mes.

"Yo leí en su número de abril una sugerencia para ir a pescar, pero tengo conocimiento de que para hacer esa clase de actividades se necesita una licencia. En la Presa Presidencial Benito Juárez ¿no se necesita una licencia para pescar?

Samuel Castro Solano
Rivera de San Cosme 133 No. 104
Col. Sta. María la Rivera
06400, México D.F.

Samuel: En el caso de la pesca deportiva no se necesita licencia. En algunos lugares como los criaderos se requiere de un permiso, pero en la presa por la que tú preguntas puedes pescar libremente.

"...me imagino algo que quiero sea real: Que mi mamá no fumara, que la gente limpiara las calles, que los coches y aviones no funcionaran con gasolina porque nuestra Tierra está cubierta de 'smog' y que la gente no tirara basura en los barrancos."

Claudia López Corral
1a. cda. de C. Béistegui No. 14, depto. 9
Col. del Valle
México 12, D.F.

Claudia: Estamos contigo, pronto hablaremos de la contaminación. Gracias por tu estudio comparativo y por tu adivinanza ilustrada que aquí publicamos. En el próximo Brinco aparecerá la carta de tu hermana Guillermina.

"Quisiera que publicaran algo sobre libros educativos porque aquí en Juárez los niños se la pasan leyendo comics y eso es muy malo"

Teresa Tello
Parque Las Hadas 622
Fracc. Los Parques
Cda. Juárez, Chih.
32440

Teresa: Sigue nuestros brincos y encontrarás los temas que pides. Muchas gracias por tu pensamiento sobre el "Día del Niño"

INTERCAMBIO DE TIMBRES

Lectores que desean intercambiar estampillas:

Miguel Angel Mendoza
Independencia, Lote 3312, manz, 237
Col. San Felipe de Jesús
07510, México D.F.

Héctor Manuel Avalos
Cosechadores 13-3
Col. Los Cipreses
Deleg. Iztapalapa
09810, México D.F.

Raúl Rentería Valdez
16 de septiembre No. 101
Aguascalientes, Ags.
20000, México.

No dejes de brincar.
Escribe a:

El Brinco.
Apdo. 20-600
01020, México D.F.

"CHICOS YALE", ESO NO SE VALE

Ahora **Parchis** no sólo actúa como grupo musical, sino que hace anuncios en TV y radio.

Eso de brincar de una actividad artística a una totalmente comercial, no está bien.

Además de que **Parchis** es un conjunto que imita la moda impuesta por conjuntos de adultos y que todas sus canciones tienen el mismo sonsonete (ver **Brinco** de enero), se ve mal que anuncie productos para lograr que se vendan más.

Los pantalones "Yale" deberían venderse por su calidad y no por su precio al alcance de todos —si es que tuvieran esas características—, y no querer aprovechar la popularidad de **Parchis**.

Por otra parte, cada chico tiene su nombre propio porque es una persona y no una cosa para tener marca y ser llamado "Chico Yale".

Y una cosa más: aunque **Parchis** diga que determinados pantalones "duran más a la hora de jugar", lo cierto es que no es necesario comprar pantalones nuevos para jugar, sino utilizar los más viejitos que hay en casa.

Por eso "para chicos como tú", estos anuncios no se deben hacer.